

ПОЛИТИЧЕСКИЙ БЛОГИНГ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТЕ (сопоставительный анализ Уанета, Рунета и Бенета)

Блоги стали модой, источником информации, субкультурой, социальной сетью, культурным феноменом, плацдармом испытания пиар-технологий, «кодовым понятием», независимой прессой, маркетинговым пространством, гигантской фокус-группой, и явно настало время для них стать предметом серьезного исследования...

В. Волохонский

Уже прошли выборы в Беларуси, выборы в Украине, а в 2007–2008 годах – выборы в России. Как ты оцениваешь перспективы ведения блогов в наших странах после этих мероприятий? В Беларуси блогеров будут расстреливать, на Украине они замерзнут, а в России всех посадят. А если серьезно, то я очень разочарован отсутствием хороших политических и гражданских блогов. Как будто люди боятся говорить. Или им просто нечего сказать?

Блог Манкурты

Блог как инструмент общественного влияния

Блоги¹ (от англ.: *web-log*, *веб-журнал*) впервые появились в США и получили распространение как индивидуальные сетевые дневники, в которых можно обсуждать то, что интересует автора и его друзей-подписчиков (*френдов*). Существует до восьми разновидностей блогов, однако в русскоговорящем

секторе Интернета наиболее популярным форматом блога является сервис «Живого Журнала» (ЖЖ).

Что представляет собой блог? Блог – это достаточно часто обновляемая и модифицированная веб-страница, состоящая из датированных записей (комментариев), расположенных в обратном хронологическом порядке. Считается, что на этой странице должен присутствовать архив записей, календарь, лента френдов и т.д.

В нашем исследовании мы определяем блог как коммуникативный сервис Интернета, представляющий собой модифицированную и достаточно часто обновляемую веб-страницу, содержащую датированные записи (посты), организованные в обратном хронологическом порядке, и также предоставляющую возможность читателям оставлять свои комментарии (коменты) к каждому посту. Блог как коммуникативный сервис отличается следующими структурными характеристиками:

- заметки (посты) размещаются в обратном хронологическом порядке, таким образом, самые «свежие» записи находятся на главной странице блога;
- читатели могут оставлять комментарии к постам;
- существует постоянный адрес для каждой записи блога (англ.: *permalink*);
- поддерживается архив записей и календарь, отражающий хронологию ведения записей;
- существуют гиперссылки (или возможность их вставки) на альтернативные источники информации в Интернете;
- может быть организован поиск по ключевому слову;
- существует система разбивки записей по темам и категориям.

Как коммуникативный сервис Сети блоги (или сетевые дневники) являются одной из относительно новых и популярных услуг второго Веба, или Веб 2.0, т.е. такой разновидности сайтов, на которых контент создают сами пользователи, доступ к контенту не зависит от количества пользователей и обновление контента происходит без перезагрузки компьютера.

К важным коммуникативным характеристикам блога относится их высокая интерактивность, так как у посетителя блога всегда есть гипотетическая возможность выразить свое мнение в комментариях к сообщениям. Являясь в большей мере продуктом языковой личности его владельца, блог пишется в стилистике индивидуального разговорного языка и представляет собой пример речевой свободы слова без каких-либо лексических или функциональных ограничений. То же самое относится и к комментариям, которые не только пишутся в разговорном стиле, но и часто содержат табуированную и нелитературную лексику, появление которой в других интернет-жанрах практически исключено. Блог легко пополнять информацией и обновлять. В принципе, все программное обеспечение, предоставляемое крупнейшими блогохостингами (*BigBoing*, *Technorati*, *LiveJournal* или *Mail.ru*), является *пользователецентрическим* (англ.:

user-friendly)², т.е. при его разработке в большей или меньшей степени учитывается его наглядность и легкость использования человеком без специальной подготовки в сфере программирования и информационно-коммуникативных технологий.

Некоторые ученые считают первым в истории блогом персональную страницу Тима Бернерса-Ли, где он в 1992 г. публиковал сетевые новости. Систематически блоги стали появляться в Интернете с 1995 г. и представляли модифицированные персональные страницы людей, связанных с компьютерными и сетевыми технологиями (Аструк, Лейх-Томпсон, Вейд, Вайнер)³. Широкое распространение блогов началось с 1996 г. Первые блоги в Сети представляли ежедневно обновляемые списки аннотированных ссылок на другие нужные и полезные, по мнению владельцев блогов, сайты. Эти блоги вначале составлялись без расширенных комментариев или личных описаний и служили своеобразными фильтрами к различной постоянно увеличивающейся в объеме сетевой информации (наподобие указателя ее маршрута или пути к ней). В 1999 г. был разработан первый бесплатный программный продукт «Питас», позволяющий пользователям Интернета, не знающим языка HTML, создавать, размещать и поддерживать свой блог в Сети⁴. С этого момента (в 1999 г. в Интернете насчитывалось примерно 50 блогов) начался экспоненциальный рост данного сетевого сегмента: в 2003 г. блогов насчитывалось около 1,3 млн⁵, а в 2004 – от 2,4 до 4,1 млн⁶. По данным компании *Technorati* (одной из самых мощных статистических служб мировой блогосферы) на 2006 г., количество блогов ежегодно увеличивается в геометрической прогрессии и достигло 35,3 млн. В период с 2003 по 2006 г. блогосфера выросла в 60 раз. Каждый день в поисковом индексе *Technorati* появляется 75 тыс. новых блогов, каждую секунду в Интернете регистрируется еще один новый блог. Конечно, немалую часть массива составляют спам-блоги и заброшенные страницы, но 19,4 млн блогеров (т.е. 55%) продолжают обновлять блог спустя три месяца после его создания. В феврале 2006 г. активными были всего 50,5%, или 13,7 млн, блогов. Около 3,9 млн блогеров обновляют свои дневники как минимум раз в неделю. Самый лучший индикатор активности блогеров – количество постов: в 2006 г. оно превысило 1,2 млн в сутки, т.е. около 50 тыс. постов в час. Анализ активности блогеров позволил выявить, какие мировые события привлекают наибольшее внимание. Ими стали различные теракты и стихийные бедствия. На 2007 г., по подсчетам *Technorati*, в сети насчитывалось 112 млн блогов. С 2002 по 2008 г. движок *Technorati* проиндексировал 133 млн блогов. А вот в 2008 г. уже за сутки в Сети возникало свыше 900 тыс. блогов⁷.

Необычно большая популярность блога как еще одного коммуникативного сервиса Сети объясняется не только доступностью и дешевизной необходимого для его создания и функционирования программного обеспечения и простоты работы с ним, но также и уникальной социальной ролью блога в различных

коммуникативных практиках, протекающих в Интернете (политической, образовательной, научной, медийной и т.д.) или отчасти реализуемых с его помощью⁸, что, по мнению ряда ученых, позволяет говорить о *блогике* как еще одной форме социальной практики⁹. Вероятно, этому отчасти способствовал социально-трансформационный потенциал, которым обладает этот формат коммуникации, и демократичность Сети в целом. Так, среди современных медиа блоги рассматриваются как мощные альтернативные и независимые источники новостей и средств выражения общественного мнения. Они распространены в образовании и науке, а в политике практически ни одна крупная избирательная кампания (например, в США) сегодня не обходится без привлечения блогеров и блогов как средств получения и распространения информации и формирования нужного политического имиджа, а также в целях отбора и консолидации своего электората¹⁰. На уровне межличностного общения человек использует блог прежде всего как средство самовыражения, для создания нужного образа и в целях личного самосовершенствования. Ребекка Блад полагает, что блог делает людей более внимательными, критичными и профессиональными наблюдателями окружающего мира¹¹.

По сути, блоги стали творческим или концептуальным развитием сервиса интернет-форумов в сторону их большей индивидуализации, приватности, расширения прав и возможностей отдельных интернет-пользователей. По-видимому, популярность блогов связана с возросшим стремлением современного человека к самовыражению, к самостоятельному формированию своего круга общения и выбора источников информации. Блоги просто предоставили для этого удобные технические возможности. Их использование позволяет быстро создавать новые социальные сети (блогосферы), не ограниченные государственными границами сообщества по интересам, увлечениям и симпатиям. В блогах возникают мнения, формируются и ниспровергаются авторитеты, обсуждаются новости и рождаются слухи. Они становятся одним из наиболее эффективных манипулятивных инструментов общественного мнения¹². Некоторые авторы считают блог неким виртуальным домом, где его создатель – полноправный хозяин. «Здесь можно без риска примерить любую личину, отрепетировать любой жест и манеру – быть лаконичным, ироничным, утонченным... Здесь можно обратиться лишь к избранным (друзьям из френд-ленты), а можно, как ребенку, вскочить на стульчик и прочесть понравившееся стихотворение всему миру. Блог становится взрослым аналогом песочницы: в нем можно меняться игрушками или ругать взрослых. Но при этом, если кто-то попытается отнять у вас лопатку, вы вправе дать ему отпор, а то и выгнать из песочницы: ведь при всей публичности этого пространства хозяин здесь вы. Блог – это, безусловно, выдающаяся техническая и творческая находка. Он служит идеальной проекцией нашей души и дарит нам возможность, видя свои усилия, двигаться дальше, помогая себе своими произведениями»¹³.

Исследования этого сегмента Сети показали, что основными функциями блога являются:

- *информативная*, т.е. возможность информировать других о своей деятельности и о том, что происходит вокруг; выразить свое мнение и каким-либо образом повлиять на мнения других; найти единомышленников и получить обратную связь. Это средство структуризации, «оттачивания» своего мышления путем его вербализации (по принципу *думаю, когда пишу* (англ.: *think by writing*); возможность снизить эмоциональное напряжение¹⁴. Ряд исследователей особенностей коммуникации в блогах указывают, что тут чтение осуществляется через письмо и слушание через говорение (англ.: *reading as writing and listening as talking*)¹⁵;

- *коммуникативная*, предоставляющая возможность общения с людьми и вне контекста блога. В. Волохонский полагает, что альтернативная экономика сообщений¹⁶, действующая в блогах, делает такую форму общения наиболее удобной, ибо не предусматривает обязательной взаимности и других требований, которые выдвигаются в общении лицом к лицу (например, *максимум Грайса*)¹⁷;

- *релаксационная* – это чтение блога как развлечение;
- *прагматическая* – зарабатывание денег, например, с помощью блога или использование блога в научных исследованиях;

- *социальная* – включает чтение ради социализации, ощущения своей причастности со значимым информационным событием;

- *консолидирующая*, которая тесно пересекается с социальной и коммуникативной функциями. Блог выполняет роль сплочения индивидов или групп индивидов и поддержку социальных связей как в он-лайне, так и в офф-лайне;

- *самопрезентационная* – помогает себя показать, на других посмотреть как бы через свое «Я»; может стать и функцией саморазвития личности или играть психотерапевтическую роль (работа над самооценкой блогера) (Волохонский¹⁸, Горный¹⁹).

По данным сервиса *Technorati*, социально-демографический портрет мировой современной блогосферы выглядит так: самыми активными блогерами являются лица от 25 лет и старше. Женщины чаще ведут личные блоги, а мужчины – профессиональные (83% к 76% и 38% к 50% соответственно). Среди мужчин холостые блогеры встречаются чаще, чем среди женщин-блогеров (36% к 29%). Также среди блогеров-мужчин выше процент работающих полный день (англ.: *employed full-time*)²⁰.

Исследование по данной теме мы начнем с описания технологического фактора – развития широкополосного Интернета, поскольку блоги, будучи сервисами второго Веба, практически немыслимы без широкополосного Интернета и темпы развития блогосферы непосредственно связаны с развитием широкополосных технологий.

Развитие широкополосного Интернета в СНГ

По данным международного статистического интернет-агентства *ИнтернетВорлдСтат*, на декабрь 2008 г. Интернетом в России при населении 140 млн 702 тыс. 094 человека пользовалось 38 млн (что составило 27% населения страны), среди которых 4 млн имеют широкополосный Интернет. В Украине при населении 45 млн 994 тыс. 287 человек интернет-аудитория насчитывала 6 млн 700 тыс. пользователей, что составило 14,6% населения страны. Среди уанетчиков 800 тыс. человек подключены к широкополосному Интернету. В Беларуси с населением 9 млн 685 тыс. 768 человек Интернетом пользовалось 2 млн 809 тыс. 800 человек, что составило 29,0% общей численности населения Беларуси. Однако доступ к широкополосному Интернету в Беларуси имеют только около 11 тыс. 400 человек²¹. По приведенным цифрам видно, что постсоветское интернет-пространство по развитию широкополосных технологий, а следовательно, и проектов второго Веба значительно отстает от Европы, Азии или Северной Америки, где доступ к данной интернет-услуге имеют свыше 50% населения (например, в Германии при населении 82 млн 369 тыс. 548 человек количество пользователей сети Интернет составляет 55 млн 221 тыс. 183, что соответствует 67% населения страны, а широкополосный Интернет имеют 19 млн 600 тыс. человек, что составляет 23,8% населения. В Венгрии Интернетом пользуются 5 млн 215 тыс. 400 человек (52,5% населения), а доступ к широкополосному Интернету имеют 1 млн 170 тыс. 290 человек (около 10% населения). Среди трех славянских республик СНГ (Украина, Россия и Беларусь) менее всего широкополосный Интернет развит в последней.

В качестве иллюстрации важности технологического фактора (доступа к широкополосным технологиям) при ведении блогов, включая политические, приведем цитату из *Блога Манкурты* – одного из достаточно популярных политических ЖЖ Уанета:

«...Отсутствие политических дневников – это чисто наше, славянское явление. Главная причина, на мой взгляд, – в дремучей отсталости и пронзительной бедности. Считая минуты на диалаповской карточке, за политикой в Интернет не полезешь. ...Тут бы успеть порнушку глянуть да софтину крекнутую качнуть...»²².

Необходимо заметить, что при определении границ постсоветского интернет-пространства одним из консолидирующих факторов является языковой, который создает коммуникативное пространство для политических коммуникаций через сеть Интернет, поскольку большинство сайтов этих трех национальных сегментов являются русскоязычными. Именно языковой фактор

был выбран нами как ведущий при определении границ коммуникативного пространства блогосферы Интернета²³.

Помимо языкового фактора в описываемом исследовании использовался и фактор местожительства блогера, так как мы сочли его немаловажным для разграничения политических процессов, происходящих в сети Интернет, поэтому в работе термины «рунет»²⁴, «бенет» и «уанет» используются для обозначения национальных сегментов сети Интернет, совпадающих с границами государств, где проживают владельцы блогов (Россия, Украина и Беларусь).

Блогосфера русскоязычного Интернета: Quo Vadis?

Русскоязычные дневники к настоящему моменту составляют 5% мировой блогосферы, а русскоговорящей блогосфере уже исполнилось восемь лет. Датой ее рождения принято считать 1 февраля 2001 г., когда филолог из Тарту Роман Лейбов оставил в своем ЖЖ первую запись со словами «Попробуем по-русски. Смешная штука» и вместе с другими блогерами (М. Вербицким, А. Носиком, И. Давыдовым) приложил максимум усилий для того, чтобы ЖЖ появились у сколь-нибудь знаковых фигур рунета. И усилия Лейбова не остались втуне. ЖЖ очень быстро снискал фантастическую популярность, собственные дневники появились и у тех, кто никогда не слышал не только о Лейбове, но и об Интернете знал лишь понаслышке. Сегодня блог для многих интернетчиков стал таким же необходимым атрибутом жизни, как телевизор для пенсионеров далекой глубинки, где нет не только беспроводного Интернета, но даже вполне «реального» проводного телефона или радио. Постепенно русскоговорящая блогосфера разрасталась, и довольно быстро. В 2006 г. в рунете насчитывалось свыше 1,15 млн блогов и более 80 млн записей. ЖЖ на русском языке вели блогеры из 90 стран мира, 60% российских блогеров – женщины, 40% – мужчины. Как было установлено, среднестатистическим российским блогером стала 21-летняя студентка, записи которой читают 24 других автора онлайн-дневников; 95% блогеров проживали в крупных городах. Примечательно, что русскоязычный блогер писал в три раза чаще, чем западный, и каждую секунду в русской блогосфере появлялись три новые записи, а каждый час регистрировалось сто новых блогов. Многие опрошенные блогеры указали в качестве места своего проживания ЖЖ. Наиболее популярные области интересов российских блогеров – кино и психология²⁵.

К марту 2009 г. количество блогов в русскоязычном Интернете выросло до 7,4 млн (из них 6,9 млн приходилось на ЖЖ). Каждый день в блогах появляется более 200 тыс. постов и более 450 тыс. комментариев. Абсолютное число активных блогов (таких, которые содержат хотя бы пять записей и обновлялись хотя бы раз за последние три месяца) с 2008 по 2009 г. выросло с 760 до 890 тыс.;

70% русскоязычных блогов и 76% активных блогов расположено на четырех сервисах: *LiveJournal.com*, *Blogs.Mail.ru*, *Ya.ru* и *LiveInternet.ru*. По посещаемости лидирует хостинг *LiveJournal.com*, второе место – у *LiveInternet.ru*, третье — у *Blogs.Mail.ru*. В течение последнего времени посещаемость основных блогахостингов растет довольно быстро, при этом количество активных блогов (часто обновляемых с комментариями) растет значительно медленнее. На *Twitter.com* доля активных блогов гораздо выше, чем на остальных блогахостингах, – 80%.

Около 80% владельцев русскоязычных дневников живут в России, остальные – в ближнем и дальнем зарубежье. Всего в русскоязычной блогосфере действует более 500 тыс. сообществ, однако активно функционирует из них лишь 25%. По данным агентства *TNS*, за март 2009 г. самым посещаемым блогахостингом оказался *LiveJournal.com* со среднемесячной аудиторией 8,7 млн человек. На втором и третьем местах – *LiveInternet* (5,6 млн человек в месяц) и *Blogs.Mail.Ru* (4,7 млн человек в месяц). Доля активных блогов продолжает снижаться – ныне их всего 12%. Каждый день блогеры создают около миллиона записей на русском языке – около 300 тыс. постов и 700 тыс. комментариев. Средняя длина поста – 101 слово. Средний заголовок состоит из двух-трех слов, а 5,5% записей вообще не содержат слов. Почти половина (49%) всех постов содержит и текст, и изображения в виде рисунков, фотографий и смайликов. На некоторых блогахостингах вместо смайликов автоматически подставляются картинки (графические смайлики), и многие блогеры могут даже не подозревать, что вставили в свою запись изображение. Видеоизображение содержится всего в 4% постов.

Групповые блоги обновляются чаще индивидуальных: посты появляются чаще в 1,3 раза, а комментарии – в 2,1 раза.

Большинство посетителей блогов – читатели: их примерно в 30 раз больше, чем активных блогеров. Среди пишущих выделяются две категории: люди, которые оставляют только записи (26%), и люди, которые оставляют только комментарии (21%). Эти две категории не пересекаются. Остальные 53% пишут и посты, и комментарии. На большинство дневников подписано достаточно небольшое количество блогеров. В среднем личный блог читает 18 человек, а размер сообщества блогеров насчитывает около ста человек. Только у 2% блогеров больше ста друзей, и у 0,2% блогеров – больше 500. На самые популярные блоги (более 5 тыс. друзей) подписано более 558 тыс. человек, что составляет 8% блогосферы рунета. У мужчин больше друзей (френдов), чем у женщин; с возрастом количество друзей растет. Больше всего друзей в среднем у ЖЖ-блогеров. Меньше всего – у блогеров с *Mail.ru*: всего около 7 человек. В сообществах блогосферы, как и в личные блоги, больше всего пишут ЖЖ-блогеры.

Портрет среднестатистического блогера рунета за последние три года практически не изменился – это по-прежнему москвичка в возрасте около 22 лет, имеющая около 18 человек в френдленте. Она активно участвует в 10 сообще-

ствах и ведет свой блог около двух лет. Средний возраст мужчины-блогера, имеющего ЖЖ на Ya.ru или LiveJournal, 26 лет²⁶.

Замечено, что активность блогеров увеличивается с возрастом. Больше всего записей содержат блоги авторов в возрасте от 45 до 54 лет. Эти же авторы лидируют по количеству написанных и полученных комментариев. Женщины больше пишут в блогах, а мужчины – чаще комментируют.

Онлайн-опрос, проведенный *Гласом Рунета* и сервером виртуальных исследований *VirtualEx*, исследовал мотивы ведения блога и ценности блогеров. Большинство участников опроса (48%) вели блог не более года, 28% – от года до трех лет, 24% – более трех лет. Средний возраст респондентов составил 31 год. Более 80% респондентов имели высшее или неполное высшее образование. Среди опрошенных были 52% женщин и 48% мужчин. Отвечая на вопрос: «Что является основными целями вашей деятельности как блогера?», респонденты указали в качестве наиболее значимых стремление формулировать и структурировать свои собственные мысли, переживания, эмоции (65% ответов «очень важно» и «скорее важно») и творчески самореализоваться (61%). Для каждого второго блогера представляется очень (или скорее) важной возможность привлечь внимание к значимым, на их взгляд, проблемам и явлениям (55%), лично откликнуться на те или иные события или явления (51%) и просто развлечься (55%). Кроме релаксационного мотива, не менее значимым для респондентов является коммуникативный аспект блогерства: общение с друзьями, которые имелись и до создания блога, очень (или скорее) важно для 50%, а завести новых друзей, знакомых, товарищей, собеседников стало актуальным для 48% участников опроса. Около 43% респондентов сочли весьма (или скорее) важным фактором блогерства улучшение своих профессиональных возможностей. Однако такая же (44%) доля респондентов сочла для себя этот фактор не столь значимым. Каждый третий (32%) из числа опрошенных блогеров желает с помощью блогов добиться большей популярности, известности, значимости своей персоны, тогда как больше половины опрошенных блогеров (57%) не имеют таких намерений.

Примечательно, что большинство (69%) блогеров лишь изредка отслеживают реакцию на свои сообщения в блоге. При этом 51% публикует информацию, не требующую проверки (собственные мысли, наблюдения, ссылки на другие источники). Напротив, около 25% опрошенных блогеров стремятся повысить популярность сообщений в своем блоге, тем или иным образом рекламируя их; при этом 49% тщательно проверяют публикуемую в своем блоге информацию. В число же самых неактуальных для большинства блогеров целей ведения блогов попали создание медиа-среды, альтернативной традиционным СМИ (65% ответов «совершенно не важно» и «скорее не важно»), и заработок денег посредством блога (68%). Наконец, абсолютное большинство опрошенных (72%) не стремятся привлечь внимание «настоящих» СМИ к волнующим темам,

а 78% не считают нужным вести с помощью блога политическую и/или идеологическую агитацию и пропаганду²⁷. Отметим, что объем выборки составил 20 тыс. респондентов²⁸.

Что касается тематической направленности блогов, то блогеров интересуют прежде всего упомянутые в СМИ новости, изменения, касающиеся праздников, и политические события²⁹. В то же время в проведенных исследованиях обращает на себя внимание следующая особенность блогосферы рунета: с одной стороны, блогеры не стремятся сделать блог «альтернативным медиа», а с другой – у блогеров живой интерес вызывает именно медийный контент, что изначально может привести к определенной противоречивости медийной блогосферы, включая ее политическую составляющую.

Политическая блогосфера Интернета

В США, где киберполитика как форма социальной коммуникации получила наибольшее развитие, политические блоги постоянно читают 9% зарегистрированных американских избирателей. Как правило, читатель политических блогов – это мужчина 43 лет, уровень его дохода примерно в два раза превышает средний уровень доходов по США. Установлено, что 18% жителей США, читающих политблоги, сами ведут дневники, 36% из них используют свой блог для того, чтобы влиять на общественное мнение, а 61% читателей блогов в 2004 г. жертвовали деньги политикам, участвовавшим в президентских выборах³⁰.

В составе читателей политических блогов – 75% мужчин и 25% женщин; 36% из них использовали свой блог для того, чтобы влиять на общественное мнение. При этом 37% американцев, читающих политические блоги, одновременно называли просмотр политических телепередач «бессмысленной тратой времени»³¹. А вот по данным опроса, проведенного компанией *Harris Interactive*, 22% американцев читают политические блоги несколько раз в месяц или чаще, 56% опрошенных заявили, что никогда не читают политических блогов, и еще 23% сказали, что делают это несколько раз в год. Этот же опрос показал, что, хотя среди молодых американцев больше активных интернет-пользователей, только 19% людей в возрасте от 18 до 31 года и 17% людей в возрасте от 32 до 43 лет читают политические блоги регулярно. Наибольший интерес к блогам на политические темы демонстрируют представители старшего поколения: больше всего среди опрошенных люди старше 63 лет.

Следует отметить, что интерес к политическим блогам не связан с политическими взглядами американцев: доля республиканцев, демократов и неопределившихся избирателей среди читателей блогов примерно одинакова.

В президентской гонке 2008 г. Барак Обама достаточно эффективно использовал свой блог, а также видеоканал *YouTube*, электронную почту и социальную сеть *Facebook* для завоевания и консолидации электората. Теперь президент

США продолжает связь с электоратом через сервис *Twitter.com*, где постоянно публикует свои короткие сообщения согражданам. Среди политических блогов одним из самых влиятельных в мире считается *The Huffington Post*.

Однако со стороны различных государств отношение к блогам достаточно противоречивое. Например, в Китае блогерство находится под жестким государственным контролем, как, собственно, и весь Интернет. В России также учащаются случаи привлечения блогеров к юридической ответственности за размещаемую в блогах информацию³², однако российские власти активно используют Интернет, и ключевые российские политики становятся блогерами (Д. Медведев, В. Жириновский, С. Миронов). В США Федеральная комиссия по выборам (FEC) в 2005 г. стала инициатором публичных слушаний по вопросу о контроле за блогерами, обсуждающими в Интернете политическую ситуацию во время предвыборных кампаний. Часть общественности и ряд представителей комиссии полагают, что блогерские сайты в Интернете могут становиться источником информации, распространение которой нарушает информационные и политические ограничения, налагаемые на кандидатов. По их мнению, персональные блоги могут использоваться для распространения компрометирующих материалов и иных форм дискредитации политических оппонентов. В комиссии также назывались случаи, когда пиар-акции популярных блогеров в поддержку тех или иных кандидатов оплачивались представителями избирательных штабов. В связи с этим федеральная комиссия США предлагала внести поправки в законодательство, которые обязывали бы блогеров соблюдать определенные правила в ходе описания относящихся к выборам событий³³.

Необходимо заметить, что роль сети Интернет в совершенствовании свойств и качеств политических процессов обусловлена также существенными особенностями этой среды:

- ее высокой *коммуникативностью* (отчасти благодаря субъект-субъектным отношениям в процессе обмена информацией);
- *интерактивностью* (большой вовлеченностью субъекта в действие);
- *гипертекстуальностью* (например, возможностью создания необходимой БД в рамках одного компьютерного экрана);
- *увеличивающейся скоростью информационного обмена*³⁴;
- *минимизацией влияния пространственно-временного фактора*.

Таким образом, Интернет (в особенности с приходом второго Веба и возможностями создания контента пользователями Сети) становится тем холодным средством массовой информации, по М. Маклюэну, которое делает интернет-аудиторию непосредственно сопричастной происходящим вокруг жизненным событиям (включая политические) или же создает иллюзию таковой³⁵.

Соединение этих свойств среды с методами оффлайнового информационного воздействия предоставляет новые возможности для политической трансформации информационного пространства в силу того, что плотность про-

странства зависит от объема информации и интенсивности информационного обмена между его участниками. Это пространство (политический сегмент Сети) измеряется количеством и качеством политического контента, количеством людей, пользующихся им, и прочее.

Блог в политических сетевых коммуникациях одновременно исполняет как информационную функцию (генерирование контента и упорядочивание информации в сети Интернет), так и ряд других функций (коммуникативную, консолидирующую).

Блог часто служит испытательной платформой для политических манипуляций или проверки определенных идей и концепций.

Часто он служит и альтернативной площадкой для выражения оппозиционного мнения, когда иные виды медиа (телевидение, газеты, радио) становятся практически недоступными оппозиции (например, политическая ситуация в России или Беларуси).

К исключительно политическим функциям блогов можно отнести следующие: политико-мобилизационную функцию (включая консолидацию или организацию нужного электората, проведение флэш-мобов, разнообразных политических акций); политико-имиджевую и политико-рекламную функции, а также функцию социализации электората³⁶.

В последнее время блоги стали также цензорами традиционных медиа. Большая часть контента политических блогов является результатом мониторинга того же медийного пространства. Политически значимое событие для блогера – это чаще всего то, что происходит в самих медиа, а не во внемедийной реальности.

Кроме того, блогеры могут выбирать для обсуждения и те новости, которые не публикуются традиционными СМИ, и освещают те истории, которые традиционные СМИ предпочитают обходить молчанием, руководствуясь иными критериями значимости события.

Блоги известных политиков влияют на формирование политической повестки дня. Их реальная целевая группа – это не просто люди в возрасте до 35, а журналисты и профессиональные обозреватели (лидеры мнений в СМИ)³⁷. Таким образом, у политических блогов может быть очень большое будущее не столько с электоральной точки зрения, сколько с позиций формирования и контроля политического диалога в обществе, особенно в связи с развитием сетевой формы информационно-коммуникативного общества (Кастельс, Беллинская, Казанская, Мальковская).

Блоги изменили функционирование политических позиций в публичном пространстве. В новых медиа политический успех может быть демистифицирован, сведен к простым рациональным правилам: демократия – это политическая конкуренция позиций в ходе рациональной дискуссии, в которой всегда должен быть проигравший.

Блог также можно рассматривать как личное политическое пространство (удобную коммуникативную платформу или виртуальный офис), откуда можно вести практически любую дискуссию на интересующую его владельца тему (в отличие, например, от официальных митингов или встреч с избирателями). При этом границы между личным и публичным в блоге достаточно размыты, что помогает создавать иллюзию доверительного и открытого общения со своей аудиторией, создавая чувство сопричастности в принятии политически важных решений, одновременно повышая уровень доверия избирателей к проводимой политике в целом.

На одно из первых мест в блогосфере выходит ценностный аспект обсуждения политических событий. Борьба ценностей, которые определяют политическую позицию, становится в блогах зачастую важнее, чем борьба аргументов. Факты представляются сквозь призму ценностей. Политика выступает, прежде всего, как столкновение ценностных позиций, в которой противник не обязательно должен быть побежден³⁸.

С появлением блогов именно контент, т.е. содержание веб-страницы, а не ее внешняя «упаковка», выходит на первый план по значимости как для блогеров, так и для их читателей.

Что касается постсоветского Интернета, то анализ политической блогосферы рунета показывает несколько тенденций:

- этот сектор, безусловно, стремительно расширяется;
- блоги становятся достаточно сильным средством политической борьбы в СНГ, постепенно превращая новые медиа и интернет-пространство в мощную альтернативу оффлайновой активности;
- развитие рунета и приход на просторы СНГ широкополосного Интернета «перераспределяют» коммуникативное пространство Сети и помимо сайтов политических партий и персональных страниц политиков: в последние годы политические блоги и их значимость в социокоммуникативном пространстве Сети постоянно возрастают, а постсоветская киберполитика начинает активно диверсифицироваться³⁹;
- блоги активно используются как оппозицией, так и официальной властью (например, президенты США и Украины ведут свои блоги на *Twitter.com*, а президент России стал вести ЖЖ), создавая некую виртуальную площадку («место встречи») для общения между властью и оппозицией.

ЖЖ наиболее эффективно стали использоваться и в контрпропаганде. Применяемые приемы в основном повторяют те, что используются в традиционных СМИ (сатира, компромат, дезинформация, переключение внимания, психологическое давление на оппонентов и т.д.), однако в блогах они приобретают определенную специфику. Сказывается, в частности, синдром относительной анонимности и безнаказанности (авторы, как правило, скрываются за вымышленными именами - «никами», и их довольно трудно привлечь к ответственности за

оскорбления, клевету и т.п.). Для «слива компромата» в блогах зачастую используются недавно созданные журналы, владельцы которых «виртуальны», не известны публике. После того как компромат размещен в журнале какого-нибудь «Иванова», на него начинают активно ссылаться уже в других журналах и даже в СМИ⁴⁰. Довольно распространены в ЖЖ попытки оказать психологическое давление на оппонентов. Если какой-либо автор последовательно придерживается «неудобной» позиции, он может подвергнуться массовой атаке групп виртуальных хулиганов, использующих личные оскорбления, брань, замусоривание его журнала (спам) и т.п. Все чаще встречается и так называемый *трóллинг* (англ.: *trolling*) – размещение в Интернете провокационных сообщений с целью вызвать флейм, конфликты между участниками, оскорбления. Для этого используются «роботы», «боты», автоматически засыпающие намеченную жертву соответствующими комментариями.

Всё чаще и чаще блоги в рунете используются для социализации и консолидации своей аудитории (будущего электората), являясь мощным инструментом для образования политических виртуальных сообществ и социальных сетей. Так, на настоящий момент политических сообществ в уанете больше, чем одиночных блогеров⁴¹. В рунете, например, насчитывается уже несколько десятков «политических» сообществ, в частности: *izbircom, org_ru_politics, politart, politic_ru, political_map, politics_ru, politclub, polit_journal, politics, politicsforum, politideal, politika_ru, politkniga, politnauka, politone, politpressa_ru, politteh, preemnik_ru, preemniku_net, prezident_2008, provokatory, ru_kremlin, ru_opposition, ru_politanalys, ru_politic, ru_politics, ru_politik, ru_vlast, russ_politics, svobodaslova, vybory2008* и др.

Блогосфера рунета все чаще и чаще используется и как гигантская фокус-группа, на которой можно «обкатывать» определенные политические идеи или технологии⁴², а поскольку многие оппозиционные движения и партии находятся сейчас, например в России и Беларуси, в дезинтегрированном состоянии, для них очень важно выработать системы идей и ценностей, которые были бы привлекательными для возможно большего числа сторонников. Поэтому блогосфера становится тем испытательным полигоном, той лакмусовой бумагой для проверки политических идей или же концепций. В блогах часто проходят критический анализ и проверку тезисы, которые пропагандируют официальные СМИ.

«Политический бум» в блогах связан непосредственно с теми изменениями, которые происходят в последние годы в информационном пространстве СНГ, а увеличение количества блогеров напрямую коррелирует с ограничениями на свободу слова в некоторых странах, что явственно видно в российском, среднеазиатском и белорусском национальных сегментах блогосферы⁴³.

В последнее время участились сообщения о попытках силовых структур оказать давление на авторов, пишущих в ЖЖ и различных интернет-форумах. В условиях сворачивания свободы СМИ уход в ЖЖ выглядит как «виртуальная

эмиграция» части интеллектуалов, пытающихся найти площадку для свободного выражения своих взглядов. Этот «исход», конечно, свидетельствует о неблагоприятной ситуации в политике СНГ.

Описание исследования

Основная *исследовательская гипотеза* сформулирована таким образом: в период становления информационно-коммуникативного сетевого общества главным ресурсом становится так называемый социокommunikативный капитал, который помогает политическим акторам (политикам) осуществлять политическую активность как в он-лайне, так и в офф-лайне. Одним из ресурсов его создания (при этом достаточно экономным (относительно времени и денег) и эффективным (благодаря точечной и направленной целевой аудитории, а также сетевой организации коммуникативных потоков)) является ведение блога. Эффективность ведения блога напрямую связана с его коммуникативными свойствами и способностью блогера упорядочить и организовать социокommunikативное пространство (блог). Задача любого блогера состоит также в освоении азов эффективной коммуникации, направленной на создание благоприятной коммуникативной обстановки и генерирующей своеобразный социокommunikативный капитал, который является одной из форм (разновидностей) символического капитала.

Ряд исследователей политической блогосферы указывают, что ее анализ должен базироваться на следующих индикаторах:

- *количественно-качественных показателей «видимости» в Интернете и традиционных СМИ*: индексе цитирования в Интернете, цитируемости в публикациях и сюжетах традиционных СМИ;
- *характеристиках целевой аудитории*: посещаемости, наличии постоянного ядра посетителей (наличие ленты *френдов* и количество *френдов*), количестве гиперссылок и их качественный анализ;
- *интерактивных показателей*: обратной связи (количество постов и комментариев к ним), скорости обновления, использовании технологий второго Веба (наличие подкастинга, аудио- и видеофайлов, использование RSS-технологий), ссылке на другие политресурсы (например, на персональный сайт политика);
- *контент-анализе текстового и графического материала*⁴⁴.

В качестве *объекта исследования* были выбраны политические блоги (русскоязычного Интернета (рунета, бенета и уанета), а его *предметом* стали коммуникативные возможности блога как эффективного средства политической коммуникации и опосредованного влияния на целевую политическую аудиторию.

Наша выборка сформирована по списку, составленному с помощью поисковой системы *Google*, который «выпал» на слова «блог», «политика», «политический блог» и «Россия», «Украина», «Беларусь» (региональный фактор). Таким

образом, было отобрано первых сто блогов. Затем из них были выбраны первые два-три блога по каждой из стран с одновременным учетом пола блогера. Таким способом была сформирована выборка из 20 блогов, учитывающая гендерный и региональный фактор (авторами блогов стали 10 мужчин и 10 женщин, интересующихся или профессионально занимающихся политикой, которые проживают (как это было указано в их личных данных (в профиле блогера)) в России, Украине и Беларуси). Описание исследуемой выборки приведено в таблице 1, прилагаемой к данной работе.

В качестве контрольных параметров для изучения видимости и популярности ресурса в сети Интернет, были выбраны: *PageRank* — алгоритм расчета авторитетности страницы, используемый поисковой системой *Google*, и *тематический индекс цитирования системы Яндекс (ТИЦ Яндекса)*.

Следует отметить, что основной целью любой поисковой системы является определение релевантности (соответствия) той или иной страницы поисковому запросу. Для этих целей используется анализ текста страницы с учетом плотности и веса ключевых слов, теги, в которых они находятся, и некоторые другие показатели. В условиях жесткой конкуренции за высокие места в поисковых системах только анализа веб-контента текстового содержимого страницы часто оказывается недостаточно. Существует огромное число страниц, оптимизированных под популярные запросы, среди которых невозможно сделать объективный выбор, основываясь лишь на ее контенте. С этой целью поисковые системы вводят в свою работу параметр *ссылочной цитируемости* или, попросту говоря, начинают учитывать внешние ссылки на сайт. Следовательно, чем популярнее и более востребован ресурс, тем больше будет на него ссылок с других, тематически связанных с ним ресурсов. Однако большое число ссылок само по себе не является гарантией качества ресурса. Необходимо учитывать также и качество каждой ссылки. Так, ссылка с сайта *http://www.microsoft.com* условно значит гораздо больше, чем ссылка с домашней страницы рядового интернет-пользователя. В поисковой системе Яндекс (наиболее эффективный интернет-движок наряду с *Google*) по русскоязычным веб-сайтам был разработан *ТИЦ Яндекса*, который показывает популярность ресурса относительно других тематически близких сайтов. За основу определения *ТИЦ Яндекса* взято не только и не столько количество, сколько качество ресурсов, которые ссылаются на сайт. Если провести аналогию с бумажной прессой, то цитаты в ста районных многотиражках менее ценны, чем упоминание в журнале «Новый мир» или в газете «New Times». Суммарная авторитетность ста многотиражек на порядок ниже авторитетности одного, но популярного и известного во всем мире журнала (или газеты). По такому же принципу построено определение авторитетности веб-страниц, которое выражается в *индексах цитируемости сайта*. Ссылки со ста «незначительных» сайтов могут быть менее ценны, чем одна ссылка с очень авторитетного ресурса. Таким образом, среди ресурсов с высоким *ТИЦ* наиболее

авторитетными считаются те, которые имеют схожую тематику, т. е. ссылка на сайт о высоких технологиях с кулинарного ресурса с ТИЦ 17000 будет иметь ценность намного меньшую, чем ссылка с профильного сайта с ТИЦ 5000. При вычислении ТИЦ сайта проверяются все проиндексированные *Яндексом* источники, распознаются ссылки на сайт, информация суммируется и определяется тематический индекс цитирования; учитываются и ссылки на сторонние ресурсы на самом сайте. Еще одно важное отличие ТИЦ от взвешенных индексов цитирования и *Page Rank* состоит в том, что ТИЦ определяется для ресурса в целом, а не для каждой страницы⁴⁵. Таким образом, ТИЦ – показатель важности (степени авторитета) сайта или, точнее, интернет-ресурса со стороны поисковой системы *Яндекс*, определяемый за счет внутреннего анализа качества внешних ссылок на этот ресурс. Под качеством внешних ссылок в данном аспекте понимается прежде всего схожесть тематики между ресурсом, который ссылается, и ресурсом, который получает ссылку. Чем выше это качество или, как говорится, вес ссылки, тем больший индекс цитируемости приобретает ресурс. Интернет-ресурсом может считаться отдельный сайт или отдельная его директория, однако директория может выглядеть как отдельный ресурс лишь в том случае, если есть ее описание в *Яндекс-каталоге*.

В качестве еще одного используемого индикатора популярности веб-ресурса был выбран *показатель Page Rank* — алгоритм расчета авторитетности страницы, используемый поисковой системой *Google*, или *взвешенный индекс цитирования* поисковой системы *Google*. Его значение определяется для каждой страницы и характеризует «важность» или популярность этой страницы в сети Интернет. *Page Rank* не учитывает тематическую связь страницы и ссылающихся на нее ресурсов, а зависит только от числа и качества внешних ссылок. Чем больше ссылок на страницу, тем она «важнее». Шкала *Page Rank* может изменяться от 0 до 10. Разделение на единицы по шкале основано на логарифмической зависимости. Перерасчет значимости страниц происходит во время так называемого *Google Dance*⁴⁶. Итак, индекс *Page Rank* представляет собой численное значение, которое отражает, насколько значима данная страница в Интернете. *Google* полагает, что когда одна страница ссылается на другую, она словно «отдает свой голос» за другую страницу. Следовательно, чем больше голосов отдано за страницу, тем важнее должна быть эта страница. Кроме того, «отданные голоса» отличаются по значимости в зависимости от того, «кто» голосует. *Google* подсчитывает важность оцениваемой страницы исходя из «голосов», отданных за нее. При этом в процессе производства расчетов *Google* учитывает, насколько важен (весом) каждый из отданных «голосов». Показатель *Page Rank* (PR) – это оценка важности каждой страницы ресурса в отдельности. В случае с *Page Rank* критерием выбрана теоретическая посещаемость страницы в отличие от ТИЦ *Яндекса*, где оценивается весь сайт в целом.

Анализировались также частота обновления блога, дата его создания, количество комментариев к постам (в среднем на стартовой странице). За базовую единицу анализа была взята стартовая страница блога, содержащая в среднем 20 последних (по времени) записей. На наш взгляд, именно эти параметры косвенно могут показывать популярность блога в Интернете, степень его связи с целевой аудиторией и эффективность политических коммуникаций, протекающих посредством блога. Обращалось внимание также на хостинг блога и степень «пользовательцентричности» его адреса в сети Интернет (*user-friendly URL*), под которым понималась легкая запоминаемость адреса блога для пользователя и возможность посетителю блога самому быстро вспомнить адрес искомой страницы и вбить ее в строку интернет-браузера. *User-friendly URL* включает в написании сложные последовательности букв, цифр, знаков.

Проводился количественный и качественный анализ ленты френдов, тематических рубрик блога (наличие архива, биографии, хобби, интересов) и гиперссылок, ведущих на другие интернет-ресурсы. Анализовалась и графическая информация, представленная в блоге (наличие фотографии автора или *аватара* (графического образа), других графических изображений, а также аудио- и видеоприложений). Обращалось внимание и на присутствие в блоге личной информации («о себе»), которая была рассмотрена нами (наряду с графической информацией) как одно из средств самопрезентации владельца блога⁴⁷. Таким образом, нами применен модернизированный вариант стилистического анализа веб-контента (англ.: *web-style content analysis*)⁴⁸, который пользуется в настоящее время большой популярностью при исследовании политической коммуникации в сети Интернет (включая блогосферу) и дает высокую валидность результатов, полученных при его использовании.

Основные результаты исследования

Проведенный анализ показал, что блоги при всей их популярности в сети имеют невысокий рейтинг *PageRank*, что говорит об их небольшой значимости в сети Интернет. Так, даже блоги президентов стран (блог президента России в ЖЖ или блог президента Украины на *Twitter.com*) имеют показатель *PageRank*, равный семи и пяти соответственно. Ряд блогов вообще не индексируется поисковой системой *Google*, например блог Владимира Кличко (Украина) или Елены Тонкачевой (Беларусь) (показатель *PageRank* вовсе не определился). Средний показатель *PageRank* по женским блогам равен 3,3, а по мужским – 3,7, что свидетельствует о большей популярности «мужской» блогосферы. По регионам самыми популярными являются российские и украинские блоги (их *PageRank* равен 5,2 и 5,3 соответственно), затем идут белорусские (их средний *PageRank* равен 2,7).

Что касается ТИЦ *Яндекса*, то данный показатель оказался релевантным только для ЖЖ (11 блогов) и для блогов с «пропиской» на *Mail.ru* (блог В. Жириновского), где данный индекс показывает именно популярность цитирования каждого отдельного блога. В случаях, когда блоги имели корпоративный хостинг, показывается ТИЦ *Яндекса* всего портала (как в случае с украинской блогосферой, где все 7 отобранных блогов имели хостинг или на популярном медийном ресурсе – электронной версии газеты «Украинская правда» (<http://pravda.com.ua>), или на *Twitter.com* (<http://twitter.com>) (блог президента Украины)). Здесь показатель ТИЦ *Яндекса* был одинаков для всей блогосферы, с хостингом на «Украинской правде» независимо от отдельных блогов (его величина была равна 350, что является относительно невысоким показателем, свидетельствующим о низкой популярности данного сетевого ресурса). В целом же все показатели ТИЦ *Яндекса* по исследуемой выборке были достаточно низки, за исключением блога В. Жириновского (3400). Заслуживает внимания и разница в показателях между *PageRank* и ТИЦ *Яндекса* по блогу президента России Д. Медведева (его *PageRank* равен 7, а ТИЦ *Яндекса* оказывает всего 1100). Например, у знаменитой *Википедии* при таком же показателе *PageRank* ТИЦ *Яндекса* показывает 28 000, а у радиостанции «Эхо Москвы» (<http://echo.msk.ru/>) при *PageRank* равном тоже 7 ТИЦ *Яндекса* равен 8900. Проинтерпретировать эти различия довольно сложно, учитывая, что блог президента России в Интернете имеет отдельный хостинг (<http://blog.kremlin.ru/>).

Что касается блога президента Украины В. Ющенко (http://twitter.com/President_UA), то там также релевантны данные показателя *PageRank*, а ТИЦ *Яндекса* указывает только на тематическую значимость всего ресурса *Twitter.com*.

Однако в целом по тематической цитируемости (т.е. популярности в Сети) самые низкие показатели имеет белорусская блогосфера. Примечательно и то, что лучший блог Рунета 2009, коим был признан ЖЖ Сергея Миронова (<http://sergey-mironov.livejournal.com/>), имеет ТИЦ *Яндекса*, равный всего 190, и его владелец может позавидовать популярности других блогов, не имеющих столь высокой награды (например, блогу В. Жириновского с ТИЦ *Яндекса* 3400 или же блогу В. Новодворской с показателем ТИЦ *Яндекса* – 325).

В отношении *user-friendly URL* блоги, расположенные на ЖЖ, имеют наиболее простые пользовательские адреса (англ.: *user-friendly URL*): (<http://m-gaidar.livejournal.com/>, <http://vnovodvorskaiia.livejournal.com/>, <http://tonkacheva.livejournal.com> или <http://sergey-mironov.livejournal.com/>). Простое и быстро запоминающееся написание URL-адресов и у президентов стран (<http://blog.kremlin.ru/> или http://twitter.com/President_UA). Однако URL-адрес блога напрямую связан с его блогехостингом, и разработчики программного обеспечения блогосферы должны это учитывать.

В то же время исследование показало, что блоги обновляются в среднем раз в неделю. Однако нами найдены блоги, которые не обновлялись больше месяца

(блог В. Литовченко, О. Билозир, О. Каратач, что позволяет говорить о некоем проявлении гендерного фактора в блогосфере – женщины-политики не столь активны в обновлении своего блога).

При подсчете среднего количества комментариев в блогах было также установлено влияние как гендерного фактора, – женщин-блогеров комментируют меньше (в среднем 31 комментарий на запись в сравнении с 72 комментариями на запись в мужских блогах), – так и регионального: в белорусской блогосфере наблюдался самый низкий показатель количества комментариев на один пост – 10 (ср. с украинской – 80 комментариев на запись и с российской – 92 комментария на запись в блоге).

Установлено также, что количество комментариев напрямую связано со значимостью общественного события. В этом плане показателен блог президента России Д. Медведева, где приведен список наиболее актуальных тем для публичного обсуждения. Наибольшее количество комментариев вызвали следующие темы президентского блога: противодействие коррупции (2355);

- финансовый кризис (1835);
- военная служба и обеспечение военнослужащих (1726);
- малый бизнес (1179);
- ведение блога (1176).

По количеству комментариев блог президента России превосходит только лидер ЛДПР и вице-спикер Госдумы В. Жириновской, у которого на каждый пост приходится примерно в два раза больше комментариев (259,2), и глава Всеукраинского объединения «Свобода» О. Тягнибок (251,6 комментария на каждый пост) (для сравнения в блоге Д. Медведева этот показатель равен 152,5).

Что касается навигации по блогу, то наиболее удобными в плане ориентировки для его посетителей являются блоги Медведева, Жириновского, Немцова. Крайне неудобная навигация в блогах Новодворской, М. Гайдар, Митиной, Абрамовой (под удобной навигацией мы понимаем наглядность блога, небольшое количество рубрик и ясность перехода по гиперссылкам с понятными названиями), что позволяет говорить о влиянии гендерного фактора (данные исследований функциональной асимметрии мозга показывают, что навигационные (топографические) способности однозначно лучше развиты у мужчин)⁴⁹. Блог С. Миронова напоминает «шкатулку в шкатулке», но когда разберешься, как, что можно найти, то навигация уже не кажется неудобной. При этом в блоге Миронова содержится и навигация по всей стартовой странице блога с указанием ее тематических разделов в виде гиперссылок. Аналогично представлена информация и у других блогеров, которые используют сервис ЖЖ (Тонкачева, Абрамова, Липкович).

Анализ гиперссылочного аппарата блога показал, что ссылки на персональные сайты, сайты партий и общественных организаций присутствуют у Медведева, Ющенко, Жириновского, Митиной, Немцова, Новодворской,

М. Гайдар, Тонкачевой, Мацкевича, Мироновой, т.е. у 10 из 20 блогеров. Украинские политики на свои персональные сайты или сайты политических партий (за исключением президента страны) ссылок в своем блоге не указывают, наверное, сказывается постоянная напряженность политической ситуации в стране и «усталость» от других политических виртуальных ресурсов.

В исследуемых блогах иногда присутствуют и ссылки на еще один блог блогера (Шевцов, М. Гайдар) или приводятся гиперссылки на интересующие блогера темы (Шевцов, Мацкевич, Миронов, М. Гайдар). У С. Миронова в блоге указывается ссылка на его официальную биографию и на интервью с ним о его жизни, а у В. Жириновского под рубрикой «Информация обо мне» содержатся гиперссылки на фотоальбом, официальный сайт партии ЛДПР и на страницу социальной сети «В контакте», где находится информация о Владимире Вольфовиче.

При исследовании было также замечено, что хостинг блога или программное обеспечение, требуемое для его создания и поддержки, определяет количество рубрик, навигацию по сайту, наличие архива и прочее, т.е. технологический фактор существенно влияет на представление информации в блоге, его интерактивность (возможность комментировать записи) и протекание коммуникаций через блог. Например, хостинг, предлагаемый «Украинской правдой», исключает ленту френдов, однако там содержится возможность «Добавить автора во френдленту *Livejournal*» или выставить в блоге свою биографию (официальную или неофициальную). На *Twitter.com* отсутствует возможность комментировать высказывания, но можно писать твиттеру непосредственно. Возможность архивации материалов блога предоставляет ЖЖ; другое программное обеспечение или корпоративный хостинг не имеет возможности поддерживать архив блога.

В отношении других гиперссылок ситуация выглядит так: некоторые блогеры ссылаются в своем блоге много и часто (Мацкевич, Шевцов, Тонкачева, Липкович, Гайдар), реализуя принцип Д. Чандлера «Скажи мне, куда ведут твои гиперссылки, и я скажу, кто ты»⁵⁰. В основном в блогах присутствуют ссылки на новостные сайты, электронные СМИ, партийные сайты. Так, в блоге М. Гайдара размещены ссылки на ее персональный сайт, сайт правительства Кировской области, общественного движения «Да», записи эфиров блогера на радиостанции «Эхо Москвы» и ссылка на ее другой блог на том же веб-портале радиостанции «Эхо Москвы».

Однако есть блоги, где гиперссылок практически нет, например анализируемые блоги с хостингом в Уанете. Вообще, было установлено, что количество гиперссылок коррелирует с региональным фактором: в белорусских блогах количество ссылок намного больше в сравнении с российскими и особенно украинскими, где гиперссылки практически отсутствуют. Отчасти данная ситуация может быть объяснена политической ситуацией в каждой стране и степенью доступности традиционных медиа оппозиционным силам. Очевидно, что там,

где оппозиция имеет доступ ко всем СМИ, потребность в ссылках не столь актуальна, чем там, где все традиционные медиа закрыты для выражения оппозиционных взглядов. Однако данное предположение достаточно гипотетично и нуждается в дополнительной проверке.

Весьма интересно для исследования как презентационных практик в блогах, так и структуры виртуальных политических организаций и сообществ изучение *Ленты друзей (Ленты френдов)*. Необходимо отметить, что эту услугу предоставляют не все сервисы. В сформированной нами выборке такая возможность была на ЖЖ, *Twitter.com* и *Mail.ru*. Анализ показал, что количество друзей у каждого блогера колеблется, и значительно, однако у В. Жириновского, С. Миронова и Д. Медведева самое большое количество блогеров, считающихся друзьями. Больше всего друзей (30471) и читателей блога (15156) у В. Жириновского. Замечено также, что чем выше позиция блогера в политической иерархии, тем больше разрыв между количеством собственных друзей и количеством блогеров, считающих этого политика своим другом. Так, у президента России друзей вообще нет, однако есть *администраторы* блога, которые подразделяются на *четыре смотрителей* и *четыре модераторов*. На данном блоге также представлены правила «общественного поведения», невыполнение которых грозит изгнанием из сообщества «Блог Дмитрия Медведева». Этот список правил является уникальным для блогосферы, ибо Интернет вообще не терпит администрирования и регулирования, и приведенные правила противоречат концепции развития Интернета и демократичности всей интернет-среды и подчеркивают лишний раз уровень «допустимости» выражения, а точнее, сворачивания политических свобод и гласности в политическом истеблишменте России. (Заметим, что на блогах президентов Украины и США подобного рода инструкций не обнаружено.) Эти правила включают следующее:

«Чтобы оставить комментарий, нужно зарегистрироваться.

Представленная при регистрации информация хранится и обрабатывается с соблюдением требований российского законодательства о персональных данных. Другие пользователи будут видеть ваши имя, фамилию или ник, а также страну и/или регион.

Автоматическая регистрация не допускается.

В регистрации может быть отказано, если в анкете используется ненормативная лексика и ее производные. Изменения, вносимые в личные данные, проходят премодерацию.

Общий размер одного комментария не может превышать две тысячи знаков. Обращения, состоящие из серии комментариев, не публикуются.

Принимаются комментарии только на русском языке.

Комментарии проходят премодерацию.

Комментарий не будет опубликован, если:

- пропагандирует ненависть, дискриминацию по расовому, этническому, половому, религиозному, социальному признакам, содержит оскорбления, угрозы в адрес других участников обсуждения, конкретных лиц или организаций, ущемляет права меньшинств, нарушает права несовершеннолетних, причиняет им вред в любой форме;
- распространяет персональные данные третьих лиц без их согласия;
- преследует коммерческие цели, содержит спам, рекламную информацию;
- нарушает любые применимые нормы права;
- содержит нецензурную лексику и ее производные, а также намеки на употребление лексических единиц, подпадающих под это определение (сообщения, содержащие нецензурную лексику, удаляются автоматически);
- содержит жалобы, просьбы личного характера, сообщения и прошения, связанные с персональными жизненными ситуациями и требующие ответа (такого рода обращения направляйте в службу «Письма Президенту»);
- является петицией или посланием, носящим характер петиции (коллективные прошения и предложения направляйте, пожалуйста, в службу «Письма Президенту»);
- носит отвлеченный характер;
- не содержит законченного высказывания;
- смысл текста трудно или невозможно уловить;
- текст написан по-русски с использованием латиницы;
- текст целиком или преимущественно набран заглавными буквами;
- текст не разбит на предложения.

Регистрация пользователей, систематически нарушающих правила блога, может быть аннулирована.

Пожалуйста, пишите грамотно. Комментарии, в которых проявляется неуважение к русскому языку, пренебрежение его правилами и нормами, блокируются вне зависимости от содержания.

Сообщение может быть отредактировано без нарушения общего смысла и логики комментария, в нем могут быть исправлены явные опечатки.

Комментарий может быть перемещен в другой тематический раздел.

Просим вас воздержаться от использования в комментариях ссылок на другие сетевые ресурсы, документы, изображения, видеофайлы. Такие ссылки будут удалены модератором.

Замечания и предложения по ведению блога направляйте модератору» (<http://blog.kremlin.ru/about/>).

Этот список четко разъясняет посетителю блога, который хочет прокомментировать запись президента, что ему можно делать и каким образом, и фактически подчеркивает громадную социальную дистанцию, а точнее пропасть,

между президентом страны и рядовым электоратом, именуемым также «народом». Нам кажется, что блог президента России является скорее пиар-ходом, некой данью моде на высокие технологии, своеобразной демонстрацией псевдоблизости с блогосферой, а не реальным блогом, который ведется для того, чтобы ближе познакомиться со своим электоратом.

А вот у президента Украины В. Ющенко на *Твиттере* – 962 последователя и 506 человек, за которыми «следует» сам президент, что является нетипичным явлением для политической жизни СНГ (*чтобы президент следовал за кем-то*) и показывает явную попытку со стороны действующей власти сократить социальную дистанцию между президентом и его электоратом. Для сравнения у блога Б. Обамы на том же *Твиттере* – 1 млн 857 тыс. 002 последователя и 767 тыс. 553 человека, за которыми следует президент США (<http://twitter.com/BarackObama>). При этом если зарегистрированный посетитель ресурса захочет присоединиться к «друзьям» президента, он просто должен нажать клавишу *Follow* (англ.: *следую*) и таким способом пополнить количество последователей президента.

Многие блогеры указывают и виртуальные сообщества, в которых они состоят. Так, Д. Митина является членом 79 сообществ, М. Гайдар в восьми сообществах является членом и читает блоги еще семи виртуальных сообществ, Ю. Шевцов зарегистрирован в 43 виртуальных группах и читает еще 43 блога, а вот Б. Немцов является только членом *ru_sps*. Однако возможность создания своего *коммюнити* или участия в любом другом виртуальном сообществе через свой блог предоставляет не каждое программное обеспечение, а только ЖЖ, *Twitter.com* и *Mail.ru*, что еще раз отражает взаимовлияние технологического и социального факторов пространства социальных коммуникаций в сети Интернет.

В некоторых блогах представлена рубрика «Интересы», которая также «прошита» в оболочку блога с хостингом на ЖЖ, *Twitter.com* и *Mail.ru*. Анализ этой рубрики показал, что свои интересы обнародуют далеко не все блогеры. Так, эту рубрику заполнили девять из 20 блогеров (Новодворская, Немцов, Жириновский, Митина, Гайдар, Мацкевич, Каратач, Тонкачева и Шевцов). При этом спектр блогерских интересов самый разнообразный, а их количество колеблется от 147 у Д. Митиной и 60 у М. Гайдара до одного интереса у О. Каратача (только к *политике*).

Некоторые блогеры указывают в блоге и информацию «О себе», ставя статистические показатели и рейтинги цитируемости и посещаемости своего блога (Е. Липкович, Д. Митина, О. Абрамова), ссылки на карты и фотоблоги города, где родился или проживает блогер (В. Мацкевич), аватара с надписью «Демократ Инфо» (Б. Немцов), партийную символику (Д. Митина). Некоторые блогеры представляют себя вербально и очень сдержанно, указывая только в данной рубрике свою должность: «Гражданин России, Председатель Совета Федерации, Председатель политической партии «Справедливая Россия: Родина/

Пенсионеры/Жизнь»» (С. Миронов) или «Новодворская Валерия Ильинична, лидер Демократического Союза» (В. Новодворская). Во многих блогах при этом присутствует или сама биография блогера (И. Богословская, О. Тягнибок, О. Билозир, Т. Монтян, В. Кличко, В. Литовченко), или же ссылка на нее (С. Миронов). Результаты исследования украинской блогосферы выявили влияние регионального фактора: только украинские блогеры (6 из 7) поставили в блог свою официальную или неофициальную биографию, ничем не отличающуюся от бумажного аналога. Размещение биографии блогера с хостингом на электронной версии газеты «Украинская правда», очевидно, было обязательным требованием, ибо у всех 104 блогов этого сообщества в структуре сайта присутствует рубрика «Про автора докладно» (укр.: «Об авторе подробно»).

В плане политических коммуникаций крайне любопытную «виртуальную самопрезентацию» делает Ю. Шевцов:

«Я ни в какой форме не занимаюсь политикой. По большому счету, ко всем политикам отношусь примерно одинаково спокойно. Политика – это всего лишь предмет профессионального интереса ремесленного толка. Этот блог существует для коммуникации между мною и теми, кого интересует то, что я пишу. Здесь помещаются в основном: тексты моих статей, указания на комментарии, которые я дал в СМИ, сами комментарии обычно появляются позже, я их, как правило, не отслеживаю, мои перемещения и каналы связи со мной в поездках, изредка мое мнение о каких-то событиях. Блог удобно использовать для оперативной связи со мною, т.к. я часто бываю в разъездах. Я не приветствую дискуссий. По-моему, сетевые дискуссии обычно бесполезны и чаще всего являются пустой тратой времени. Троллей, флудеров, флеймеров, любителей веселых сетевых мистификаций – тоже просьба не беспокоить. Здесь чисто профессиональный сайт, личного общения и изящества в словесности я не ищу. В принципе, у меня около 80, под сотню блогов. Обычно они узко-тематические и служат в основном для чтения время от времени френд-ленты. Они расположены на примерно 30 разных серверах. Для общения я использую в основном либо этот блог, либо – все больше – <http://guralyuk.blogspot.com/>. Гуралюк – это мой обычный сетевой псевдоним. Реальное мое имя: Юрий Шевцов. Постоянно проживаю в Минске».

Данное представление блогера содержит одновременно информацию и о целях ведения блога, и о его целевой аудитории, а также личную информацию о его авторе: как его зовут, где его искать, чем он занимается, как и что его интересует в реальной политике.

Анализ графической информации, содержащейся в блогах, показал следующее: наличие видеоприложений, фильмов с видеоканала *YouTube* и других до-

ступно лишь тем блогерам, у которых есть платный аккаунт, например на ЖЖ, что показывает влияние экономического фактора на способы представления информации в блоге. Больше всего видеороликов находится в блогах Д. Медведева, В. Жириновского и М. Гайдар; единичные видеофайлы размещены в блогах Д. Митиной и Е. Липковича, которые имеют «улучшенный аккаунт», позволяющий размещать только строго определенное количество видеороликов.

Что касается графических файлов, то обычно в блоге размещается от одной до восьми картинок его владельца. Однако в блоге бывшей фотомодели, а ныне начинающего украинского политика В. Литовченко блог напоминает модельный портфолио, где только на стартовой странице находится свыше 10 профессиональных фотографий его владелицы. Достаточно большое количество фотографий размещено в блогах В. Жириновского и Е. Липковича.

Анализ блогов показал, что самые популярные темы – это знаковые политические и общественные события в стране проживания блогера или в мире. Часто освещаются и профессиональные интересы блогера: например, в блогах Т. Монтян, В. Мацкевича и Ю. Шевцова представлено много материалов из законодательной практики, научные тексты, приводятся публикации блогеров в прессе. Таких материалов в блогах достаточно много, особенно если политика не является основной профессиональной деятельностью блогера.

Часто описание событий из личной жизни блогера пересекается с описанием общественной деятельности, особенно это проявляется в женских блогах (Д. Митина, В. Литовченко). В блогосфере достаточно четко проявляется и такая особенность интернет-коммуникаций, как размывание границ между приватным и публичным дискурсом.

Женщины-блогеры чаще пишут на социальные темы, а мужчины-блогеры чаще затрагивают вопросы политической жизни (с личной окраской). Исключение составляет блог В. Кличко, который посвящен только описанию жизни Киева и взаимоотношений между блоком В. Кличко в Киевском горсовете и мэром Киева Л. Черновецким.

Качественный анализ тематических рубрик блогов показал, что одним из самых «разносторонних» по интересам и спектру охватываемых событий является блог В. Жириновского, который можно считать образцом того, как надо общаться с рядовыми избирателями. Так, в блоге Владимира Вольфовича события общественной жизни, причем как зарубежной, так и российской (*День взятия Бастилии*, *Обращение к Бараку Обаме*, *Конкурс «20 лет ЛДПР – празднуем вместе!»*, *Майкл Джексон был уникальным явлением в поп-музыке*, *Посещение «Селигера» и Осташковского кожевенного завода*), пересекаются с описанием рутинных повседневных событий жизни блогера (*Утро*, *За рулем первого российского гоночного автомобиля*, *Сбор клубники*, *Подарок теще*), создавая уникальную атмосферу единения с посетителями блога:

«Что подарить теще на 90-летний юбилей?»

Я хотел бы попросить у вас совета. Дело в том, что у моей тещи Лебедевой Анны Семеновны в эту пятницу, 10 июля, 90-летний юбилей. Впервые я не знаю, что ей подарить. 90 лет – это большой праздник. Это круглая, хорошая, серьезная дата. Не каждому суждено дожить до 90 лет. Мне бы хотелось сделать своей теще какой-то особенный подарок. Но никак не могу придумать, что лучше всего выбрать.

Подарить цветы как-то несерьезно. Торты и конфеты в этом возрасте уже вредны. Можно было бы подарить что-то красивое из одежды, но она уже не выходит из дома.

Прогресс ушел далеко вперед, и сейчас много всяких технических новинок, но она в этом совершенно не разбирается, и все это будет ее только раздражать. Подскажите, что же лучше всего подарить теще на День рождения в ее 90 лет?» (<http://blogs.mail.ru/mail/zhirinovskyyv/>).

Размещенные в блоге тексты В. Жириновского подкупают своей искренностью, простотой, прекрасным слогом, проявлением уважения и внимания к своей виртуальной аудитории, что нельзя сказать о стиле общения блогера в офф-лайне.

Блогер В. Жириновский, понимая важность виртуальных коммуникаций со своими избирателями, признается со страниц блога:

«Я согласен с тобой, Виталий. Помимо того, что у нас есть ежедневно обновляемый сайт ldpr.ru, мы работаем с социальными сетями (раньше у меня была страница на «Одноклассниках», теперь «В Контакте» и в «Моем Мире»). Кроме того, я могу назвать себя активным блогером – мой блог здесь, на Mail.Ru, существует уже более двух лет, я постоянно публикую посты и стараюсь уделить максимум времени общению с читателями» (<http://blogs.mail.ru/mail/zhirinovskyyv/>).

Это внимание к общению с читателем (грамотному с точки зрения понимания того, в каком пространстве функционирует текст блога) становится очень заметным, если сопоставить тексты блога В. Жириновского с текстами блога С. Миронова, на стартовой странице которого содержатся такие темы, как: *Шаг к инновационной экономике, С Днем Военно-Морского Флота! Друзьям, Европейская безопасность: новые идеи и принципы и т.д.* Блог Миронова кажется достаточно официальным по стилю, скучным и явно выделяющимся на фоне других текстов блогосферы, написанных в рамках разговорного стиля речи. Приведу в качестве иллюстраций несколько текстов записей из блога С. Миронова:

«Дорогие друзья! Сегодня прервал отпуск – состоялось 252-е внеочередное заседание Совета Федерации. Приняли важный для страны федеральный закон, наделяющий бюджетные научные учреждения и ВУЗы правом создавать, для внедрения в жизнь своих инновационных разработок, малые предприятия. Этот закон, помимо прочего, поможет трудоустройству по специальности многим выпускникам ВУЗов. Закон был принят после работы согласительной комиссии (вместе с Государственной Думой). Ряд принципиальных замечаний, высказанных ранее Советом Федерации, был учтен. Подробнее о заседании и позиции палаты – на официальном сайте СФ и в СМИ».

или:

«Дорогие друзья! 18 июля состоялось завершающее весеннюю сессию заседание Совета Федерации. С 20 июля я в отпуске. До первых чисел августа меня в столице не будет. Отдыхать буду вдали от центров цивилизации, а там, скорее всего, с Интернетом будет не просто. Поэтому не обессудьте, если на пару недель замолчу, а на часть Ваших вопросов и комментариев, наверное, ещё успею ответить. На остальные – как вернусь. Желаю всем (у кого получится) отдохнуть и набраться сил. Всем хорошей, летней погоды! Если что не так, извиняйте!»

Каждое свое обращение к читателям блога С. Миронов начинает со словосочетания «Дорогие друзья!», что выглядит достаточно неоднозначно (нелепо) (если не сказать иронично), учитывая разговорный жанр, принятый в этом формате коммуникации. Даже встречу с блогерами С. Миронов также описывает достаточно формально на языке делового стиля, явно пренебрегая законами интернет-жанра:

«Вчера я встречался с известными российскими блогерами – Сергеем Стиллавиным, Дмитрием Чернышевым, Леонидом Кагановым, Елизаветой Глинкой, Натальей Лосевой и другими представителями блогосферы. Боюсь, что повторяю известные вещи – сегодня уже нельзя говорить о том, что Интернет просто влияет на жизнь общества. Интернет стал одной из важнейших форм общественной жизни. Все больше становится людей, единственным способом коммуникации которых с внешним миром является общение посредством Интернета. Это, конечно крайность. Но она иллюстрирует тот факт, что развитие Интернета не только фантастически расширяет возможности современного человека, но и порождает множество проблем. Проблем этических, социальных, психологических, политических и др. Разговор получился неформальный. Мне, как набирающему

опыт блогеру, было интересно послушать мнение известных в блогосфере людей, поучиться у них. ДО НОВЫХ ВСТРЕЧ В БЛОГОСФЕРЕ!» (<http://sergey-mironov.livejournal.com/>).

В анализируемой выборке нашего исследования в блогах встречались (и довольно часто) случаи использования ненормативной лексики, граничащей с табуированной, что является вовсе недопустимым в публичном политическом дискурсе: «...*другие кремляди сольют и вытрут о вас ноги. Продолжайте работать*» (пост из блога Б. Немцова) или «*Какая-то уникальная поездка по количеству говнища:)))*», «*По «Культуре» шла слюнявая передача про Ролана Пети*» (посты в блоге Д. Митиной). Мне кажется, что использование такой лексики отнюдь не сокращает социальную дистанцию между блогером и читателями его блогов, а является просто демонстрацией откровенного неуважения к своей аудитории и отнюдь не «работает» на положительный политический имидж владельца блога.

Проведенный анализ комментариев к постам поражает количеством негативной информации, выплескиваемой в блогосферу, и отсутствием взаимопонимания между блогером и его читательской аудиторией. Для примера приведу материал со стартовой страницы украинского блогера И.Г. Богословской (<http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/bogoslovsk/>).

Необходимо заметить, что в изучаемый нами период знаковых событий в политической жизни СНГ не происходило, за исключением визита патриарха Кирилла в Киев, что, однако, вызвало лишь одну эмоциональную дискуссию (в блоге И. Богословской), и то скорее из-за содержания текста записи и общественно-политической позиции владелицы блога, нежели самого события.

Итак – пост И. Богословской (сокращенно):

«О вере. Сегодня я получила удивительное чувство причастности к Богу, чувство единения с Землей и Вселенной, чувство ответственности за все, что происходит на Земле...

Я ощутила в себе снова всеобъемлющую любовь, радость, раскаяние в грехах и прощение. Я почувствовала единение с миллионами людей на Земле, не только православными, но всеми верующими и мирянами, которые стремятся к любви и пониманию. Все это было во время молебна во славу святого Владимира на Владимирской горке в Киеве. Молебен под открытым небом вознес Патриарх Кирилл вместе блаженнейшим Владимиром и многими украинскими священнослужителями. Сила этого гимна Вере, Любви, Духу была огромна. И мне захотелось с вами этим поделиться. Казалось бы, блог на Укрправде – не место для подобных слов. И я несколько часов не сидела за компьютер – ждала, не развеется ли желание поделиться с вами Радостью. Не развеялось. И потому пишу. Друзья, решение всех проблем, рано

или поздно, мы найдем только обратившись к вечным ценностям! Только так мы найдем в себе силы вырваться из замкнутого круга цинизма, вранья, неверия в свои силы, зависти, уныния и отчаяния. Каждый обратится к тому, что для него наиболее ценно – и обретет в этом веру. Но искать ответы нужно не в искусственно созданных идолах и кумирах – а в себе и в Боге – это сегодня я снова ощутила в полной мере. Этим с вами и делюсь... И сегодня, как в иные удивительные мгновения прикосновения к Истине, я поняла: для Украины, если мы действительно искренне хотим ее построить как цельное, удобное для жизни государство, важнейшим является возвращение к десяти заповедям Божиим. В этих простых и вечных словах – ключ к разрешению любых проблем и задач! Храни вас всех Господь!».

Данный, казалось бы, совершенно безобидный и бесконфликтный текст вызвал достаточно бурные и негативные комментарии, после которых, наверное, его автору стоило задуматься над тем, как писать в блог, зачем его вести и следует ли комментировать данное религиозное событие политику, а тем более политику со столь неоднозначной репутацией, которую имеет И.Г. Богословская?

Позволю себе привести несколько комментариев блогеров в качестве иллюстрации реакции на данный текст:

Deutsch _ 28.07.2009 04:35: *“И сегодня, как в иные удивительные мгновения прикосновения к Истине, я поняла: для Украины, если мы действительно искренне хотим ее построить как цельное, удобное для жизни государство, важнейшим является возвращение к десяти заповедям Божиим”.*

Вот и начните с себя. И тогда, я надеюсь, мы избавимся от Вашей ненавязчивой “любви к ближнему”, которую Вы так мастерски демонстрируете с экрана. А также надеюсь Вас увидеть последовательницей слов Иисуса: “Раздай, что имеешь нищим и следуй за мной”. И только тогда, когда это произойдет Вы будете иметь моральное право что либо вещать об Истине, Вере, Любви и Надежде. Кстати, на что Вы надеетесь идя “в Президенты”? На глупость избирателей? Один лишь этот факт свидетельствует о том, что Вы презираете и Украину и населяющие её народы. Ваши попытки вырядиться в блогах в овечью шкуру, прикрывая срам obscenity и клыки ненависти, выглядят кощунственными как по отношению к Истине, так и по отношению к Вере».

варан _ 28.07.2009 10:38 *«Кощунственно и комично одновременно звучат слова о Боге из уст исчадия ада, хамоватой, развязной тётки, презирающей любого собеседника, сучки, меняющей хозяина за более жирный кусок мяса. Фальш... фальш...фальш...».*

Deutsch _ 28.07.2009 04:10: *«Сегодня я получила удивительное чувство причастности к Богу...чувство ответственности за все, что происходит на Земле...»*

Вы стали сегодня святой. Только не надломитесь от ответственности.

“Все это было во время молебна во славу святого Владимира на Владимирской горке в Киеве”.

Уважаемая, молебны бывают исключительно во славу Божью. А молебен во славу любого из смертных – язычество. Кирилла Вы должны были остановить!

“Я являюсь глубоко верующим православным человеком, не догматиком и не ханжой. Я много лет изучала и буддизм, и эзотерику, и ислам, и конфуцианство, и католицизм”.

Надо было изучать более Христианство, и было бы, меньше путаницы в Ваших мыслях, поступках и намерениях».

Almulla_ 28.07.2009 00:54: *«А правда, что Вы к Патриарху поперлись с непокрытой головой???»*

Тит _ 28.07.2009 09:42: *«Я плакал! Все смешалось в голове у “православных язычников”! Божие с кесаревым перепелось настолько тесно, что не отличить одно от другого. Оно и неудивительно, ведь мадам изучала «и буддизм, и эзотерику, и ислам, и конфуцианство...» Когда мадам открывает рот на многочисленных ток-шоу, или на трибуне ВР, сразу становится понятным, что так врать, хамить и ругаться способен только “глубоковерующий православный человек”».*

rumata2 _ 27.07.2009 20:25: *«Инна, Вы издеваетесь над читателями или неадекватно себя позиционируете. Вы вызываете, в большинстве своем, специфические чувства. Поскромнее будьте» .*

ValterSkott _ 27.07.2009 19:55: *«“Уважаемая Инна Германовна, мне очень нравятся Ваши блоги, особенно тем, что никогда сами на них не бываете, а в принципе зачем тратить своё драгоценное время и отвечать на вопросы простых, смертных людей. Скажу Вам честно если Вы не уважаете нас, то не нужно это так явно показывать!!!”»*

По приведенным комментариям становится понятно, что данный политик вызывает невероятное раздражение своей неискренностью, демагогией и отсутствием определенного образования по обсуждаемому вопросу, что блогосфера не прощает никому.

Этот пример также демонстрирует, насколько умело надо пользоваться блогом как средством политической борьбы, чувствовать контекст и насколько важно «проникнуться» или хотя бы «ознакомиться» заранее с ценностями вашей целевой аудитории или аудитории, в виртуальных «стенах» которой функционирует данный текст...

Однако И.Г. Богословская после столь бурной дискуссии по ее посту ставит в блог следующий текст, который уже вызывает не 58 комментариев (как в предыдущем случае), а 340!!!

«По-настоящему

Здравствуйте. По поводу последнего блога “О вере”. Мне так стало жаль тех нищих духом, кто бросился отрабатывать деньги в комментариях. Попробуйте сделать усилие и пойти хоть раз на проповедь. Уверена – вам станет легче. Теперь в целом о проблемах настоящего и фальшивого в сети.

Мне нравится все настоящее. И мне категорически не нравится любая фальшивка. Мне нравится вести блоги по одной-единственной причине – так меньше всего расстояние между мною и моим собеседником. Какими бы ни были популярными ТВ, радио или пресса, но интернет – штука качественно новая, там собеседника чувствуешь на расстоянии вытянутой руки.

Мои первые впечатления от общения через блоги – двойственные.

С одной стороны, я знакоюсь с новыми людьми, быстрее получаю отклик, мне важно мнение, полученное непосредственно. Хочу слышать мир – так вот интернет, блоги, реакция собеседников позволяют чувствовать нерв времени. Что для меня крайне важно и жизненно нужно.

С другой стороны, я убедилась в том, что интернет в точности отражает все гадости, которые имеют, увы, место в реальном мире. Если в реальном мире есть платные демонстранты, то в виртуальном мире, увы, имеются платные комментаторы. Если в реале есть подметные письма и анонимные агитационные листки, то в интернете завелись невесты кому принадлежащие псевдонимы. И даже псевдоперсонажи – чтобы поливать грязью вполне реальных людей.

Я готова принять критику, я уверена, что единомыслие есть тупик, а спор по существу – есть признак интеллигентности и стремления к добру. Но избранный тон... с трудом представляю реального человека, которому такое придет в голову, а уж тем более такого, которому захочется вылить столько грязи публично. Я уверена, что грязные комментарии – еще одно доказательство разнузданности штабов. И проявление их бессилия.

Мне жаль, что разговор о таком важном предмете как вера, был испоганен нашествием оплаченных избирательными штабами роботов. И мне снова вспомнилась обнародованная на минувшей неделе позиция главреда УП по поводу нашествия платных комментаторов на блоги и форумы “Украинской правды”.

Пока спорило интернет-сообщество о жесткой реакции Алены Прилуки на активность оплаченных БЮТом комментаторов, у меня в голове крутилась мысль – “А почему спорят?”. Разве не очевидно, что право голоса на форуме и в комментариях на блоге имеют только люди. А роботы, оплаченные избирательным штабом – нет?

Во всей этой истории меня больше всего тревожит то, что за хором веб-клакеров могут потеряться голоса настоящих, живых людей. Уверена,

что эта угроза есть главная причина, вызвавшая жесткую реакцию со стороны редакции “Украинской правды”. Я очень надеюсь, что команды УП и других сайтов смогут найти решение, которое оставит фальшивки за бортом. А профессионалам УП – честь и хвала! Держитесь!»

Примечательно, что И.Г. Богословская, вместо более взвешенной позиции и попытки как-то сгладить конфликт, действует по принципу «Дурак – сам дурак», предъявляя сразу же претензии к своим посетителям и демонстрируя явное неуважение к своей читательской аудитории, что вызывает еще большую бурю эмоций в виде таких комментариев:

watchdog_ _ 30.07.2009 17:03

«Ну да. Или толерантная дискуссия или собачий лай. Третьего не дано...

Третье дано. Только для тех, у кого хоть пара граммов мозгов есть. А к вам и к базарной бабе это не относится. Вам что в лоб, что по лбу. Один пустой звон только и может раздастся».

Просто _ 29.07.2009 19:10

«Блог – очень наглядно демонстрирует суть наших политиков, которые травливают нас между собой и спокойно затем обделяют свои делишки, не обращая внимания на сцепившуюся в ненависти биомассу. У них есть дела и поважнее “на канарах”».

В приведенной записи в блоге И.Г. Богословской выделены те места в тексте, которые, на наш взгляд, являются достаточно противоречивыми и еще больше усиливают и без того уже достаточно мощный как политический, так и коммуникативный конфликт между участниками этого виртуального общения. Данный диалог между блогером и его читательской аудиторией (или будущим электоратом, ибо И.Г. Богословская собирается выдвинуть свою кандидатуру на пост президента страны) четко демонстрирует, каким опасным оружием является блог при его неумелом использовании, стремительно превращаясь из полезного помощника в заклятого врага, который может принести гораздо больший ущерб политическому имиджу блогера, чем любое ток-шоу с самым яростным оппонентом, «пристрелив» вашу политическую карьеру как в он-лайне, так и в офф-лайне.

Приведу пример еще одного поста из блога Б. Немцова:

«Навигатор на днище моей машины. В воскресенье мой водитель Дмитрий Петухов обнаружил прикрепленный к днищу моей машины предмет. Прибывшие на место происшествия сотрудники правоохранительных органов довольно быстро разобрались. Это навигатор на основе обычного мобильного телефона, главная функция которого определение местонахож-

дения моего автомобиля. Честно говоря, это первый случай в моей жизни. Телефоны прослушивали, наружное наблюдение было, провокации были, в т.ч. многочисленные на выборах в Сочи, но навигатор впервые. Меня не столько волнует, кто это сделал, сколько – зачем?»

Данный, казалось бы, абсолютно нейтральный текст вызывает также самые различные комментарии из блогосферы, по которым иногда прослеживается достаточно ироничное отношение к автору поста:

nvgrishin: «Может, жена ревнует?»

a_leslie 2009-07-28 10:13 am UTC (ссылка): «Нанотехнологии Чубайса!»

roman_rut: «Большой брат наблюдает за вами!»

doctorbiggy: «Это говорит о том, что по большому счету Вы уже никому не интересны. Во-первых, “навигатор” сделанный из телефона – самый примитивный и дешевый вариант. На серьезный объект поставили бы GPS-трекер. Во-вторых, определение местоположения с помощью телефона делается с очень большой погрешностью, до сотни метров, следовательно, и местоположение Ваше интересно чисто формально. Привет мега-политикам».

А вот видеообращения В. Жириновского (если, конечно, комменты не редактируются или премодерируются, как в блоге Д. Медведева) в среде блогосферы достаточно позитивно воспринимаются. Например, предпоследняя видеозапись блога Жириновского, посвященная описанию того, как он проводит утро, стреляя по воронам, вызывает почти умильные (а может, ироничные?) чувства.

«Уважаемый Владимир Вольфович! Желаю вам успехов в Вашей деятельности!!! Звёзды успеха сопутствуют Вам!!!!!!»

«не, вы очень позитивные».

«Просто супер!!! Такой положительный заряд энергии и прилив сил!!! Ещё 10 минут назад я была слаба, но, посмотрев этот ролик, я поняла, как мне справиться с тем, что так тяготит моё сердце! С таким президентом нам было бы всё нипочём! Каждое утро буду начинать с просмотра этой записи!».

Нам кажется, что, сопоставив две коммуникативные ситуации из блога В. Жириновского и И. Богословской, стоит задуматься о всей неоднозначности и противоречивости новых медиа и их влиянии на политическую жизнь как в «реале», так и «виртуале». Однако становится понятным, что до того, как чем-то начать пользоваться, нужно предварительно это изучить, как бы банально это ни звучало в рамках исследовательской статьи.

Выводы

Итак, наше исследование в основном подтвердило выдвинутую гипотезу о том, что в период становления информационно-коммуникативного сетевого общества основным ресурсом становится социокоммуникативный капитал, который помогает (иногда весьма успешно) политическим акторам (политикам) осуществлять политическую активность как в он-лайне, так и в офф-лайне. Одним из ресурсов его создания (при этом достаточно экономным (относительно времени и денег) и эффективным (благодаря точечной и направленной целевой аудитории, а также сетевой организации коммуникативных потоков)) является ведение блога. Эффективность ведения блога напрямую связана с коммуникативными свойствами как интернет-среды, так и структуры блогов, а также умением пользоваться всеми преимуществами, которые предоставляют новые медиа (включая Интернет).

Одной из основных задач любого блогера является овладение основами эффективной интернет-коммуникации, которая, прежде всего, должна способствовать созданию благоприятной коммуникативной обстановки и работать на накопление социокоммуникативного капитала политического актора.

В то же время наше исследование выявило несколько тенденций в политической блогосфере рунета. Так, блоги начинают играть все более заметную роль в общественно-политической жизни. При этом темпы развития политической блогосферы и популярности политического блогинга зависят от ряда факторов – развития широкополосного Интернета, его доступности обычному электорату, усовершенствования законодательной базы, регулирующей функционирование Интернета в рамках национальных сегментов сети, и некоторые другие факторы.

Однако рунету, включая и его блогосферу, еще только предстоит пережить бум политической активности, как это происходит сегодня в США и других странах.

Необходимо также отметить, что стихийно сложившаяся блогосфера нуждается в определенном окультуривании, в очищении ее хотя бы от наиболее вызывающих форм хамства и экстремизма и в развитии умения цивилизованно выражать оппозиционные мнения и взгляды. Делать это должны не столько чиновники, налагающие бюрократические запреты на определенные формы коммуникаций, сколько сами участники интернет-сообщества. Интернет – средство, которое можно использовать в самых разных целях. Поэтому нужно бороться не с ним, а с теми нерешенными общественными проблемами, которые он отражает.

Анализ политического сегмента блогосферы рунета также показал достаточно противоречивую тенденцию в современной политике (России): власть, с одной стороны, идет в Интернет (традиционно демократическую и стихийно

развивающуюся социальную среду), а с другой – пытается сразу же убрать оттуда оппозиционные настроения.

Интернет все чаще и чаще становится виртуальной площадкой встречи власти и оппозиции, а как это будет развиваться дальше, зависит и от развития Интернета, и от политической ситуации в целом.

Нами установлено также влияние на *блогику* как социальную практику нескольких факторов: технологического, экономического, регионального и гендерного. Каждый фактор влияет по-разному и с различной степенью интенсивности, однако коммуникативные характеристики блога и эффективность проводимых через него коммуникаций зависят непосредственно от каждого из них.

Теоретический анализ работ в данной области показал, что в основном блоги изучаются со стороны Интернета и их владельцев (блогеров). Практически отсутствуют социологические опросы и исследования по изучению мнений и комментариев читателей дневников, что явно не способствует комплексному изучению и пониманию того, что собой представляет блогосфера, включая ее политический сектор.

Исследование также показало, что в блогосфере границы между публичным и приватным, личным и общественным достаточно зыбки. В сфере политических коммуникаций это является достаточно неоднозначным фактором, влияющим на их эффективность. Так, с одной стороны, можно вызвать доверие к своей виртуальной аудитории и потенциальному электорату, а с другой – выразить полное пренебрежение к посетителям блога или же полностью от них дистанцироваться, что не сплочивает аудиторию вокруг блогера и отнюдь не способствуют положительному восприятию политика. И эта особенность Интернета, где стираются границы между реальным и виртуальным, технологическим и социальным, личным и общественным, т.е. сверхвысокая проницаемость границ создаваемого коммуникативного пространства, является или может стать потенциальной виртуальной ловушкой для многих блогеров-политиков и достаточно опытных политиков. Так что, политики, будьте осторожны в обращении со своим блогом!

Примечания

¹ Слова *блог*, *блогер*, *блогика* и *блогосфера* появились в русском языке (а точнее, в его функциональной «электронной» разновидности) несколько лет назад как сетевые термины, определяющие: вначале формат коммуникации и ее продукт (*блог*); затем описывающие человека, создающего и ведущего свой блог (*блогер*); а также обозначающие любую деятельность, связанную с функционированием блогов в коммуникативном пространстве Сети (*блогика*) или этот сетевой сегмент в целом (*блогосфера*). Необходимо заметить, что в русском языке до сих пор отсутствует нормативное написание слова «блогер», которое допускает два варианта: как *блогер*, так и *блоггер*.

² Doraiswamy U.D. Corporate Blogging // Computer-Mediated Communication / Ed. by Sigrid Kelsey (Author, Editor), Kirk St Amant (Editor). IGI Global Press, 2008. P. 731–739.

- ³ McNeill L. Gender under Construction: The Diary on the Internet. URL: <http://www.language@internet.html>. 2006. Ваш личный Интернет – блоги. [Электронный ресурс] URL: www.content-filtering.ru/doc.asp?ob_no=1610. 2005. Проверено 20.07.2008.
- ⁴ Herring S. C., Scheidt L. A., Kouper I. and Wright E. A Longitudinal Content Analysis of Weblogs: 2003-2004 // M. Tremayne (Ed.). *Blogging, Citizenship and the Future of Media*. London: Routledge, 2007a. P. 3–20; Herring S. C., Paolillo J. C., Ramos-Vielba I., Kouper I., Wright, E., Stoerger Sh., Scheidt L. A. and Clark B. *Language Networks on LiveJournal*, Indiana University, Bloomington // *Proceedings of the Fortieth Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-40)*. Los Alamitos: IEEE Press, 2007; Herring S. C., Paolillo J. C. Gender and Genre Variation in Weblogs // *Journal of Sociolinguistics*. 2006. Vol. 10. № 4. P. 439–459; Herring S. C., Kouper I., Paolillo J., Scheidt L. A., Tyworth M., Welsch P., Wright E. and Ning Yu. Conversations in the blogosphere: An analysis 'from the bottom up' // *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawai'i International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, California: IEEE Computer Society Press, 2005; Herring S. C., Kouper I., Scheidt L. A. and Wright E. Women and children last: The discursive construction of weblogs // In Laura Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff and Jessica Reyman (eds.). *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota. 2004. [Электронный ресурс] URL: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html. 2004a. Проверено 20.07.2008; Herring S. C., Scheidt L. A., Bonus S. and Wright E. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs // *Proceedings of the Thirty-Seventh Hawai'i International Conference on System Sciences*. Los Alamitos, California: IEEE Computer Society Press. 2004b.
- ⁵ NITLE Weblog Census // National Institute for Technology & Liberal Education (NITLE). [Электронный ресурс] URL: <http://www.blogcensus.net/>. 2005. Проверено 20.07.2008.
- ⁶ Ваш личный Интернет – блоги 2005; Sifry D. State of the Blogosphere, February 2006. Part 1: On Blogosphere Growth. Sifry's Alerts. [Электронный ресурс] URL: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000419.html>. 2006. Проверено 20.07.2008.
- ⁷ State of the Blogosphere / 2008. Technorati.com. [Электронный ресурс] URL: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere>. Проверено 20.07.2008.
- ⁸ Burstein D. From Cave Painting to Wonkette: A Short History of Blogging // Kline D., Burstein D. *Blog. How the Newest Media Revolution is Changing Politics, Business and Culture*. New York: CDS Books, 2005. P. 1–30; Nardi B., Schiano D., & Gumbrecht M. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? // *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work 2004*. [Электронный ресурс] URL: <http://home.comcast.net/%7Ediane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>. 2004. Проверено 20.07.2008.
- ⁹ Herring et al 2004.
- ¹⁰ Drezner D., Farrell H. The power and politics of blogs // *Proceedings of the annual meeting of the American Political Science Association*. Chicago IL: American Political Science Association. [Электронный ресурс] URL <http://archive.allacademic.com/publication/getfile.php?file=docs/apsa> 2004. Проверено 20.07.2008; Miller C. R., Shepherd D. Blogging as social action: A genre analysis of the weblog // Laura Gurak, Smiljana Antonijevic, Laurie Johnson, Clancy Ratliff and Jessica Reyman (eds.). *Into the Blogosphere: Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs*. Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota, 2004. URL http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html.
- ¹¹ Blood R. *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining your Blog*. Cambridge MA: Perseus Publishing. 2002. 324p.

- ¹² Tremayne M. Introduction: Examining the Blog-Media Relationship // *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* (ed. M. Tremayne). Routledge, New York, London, 2007. P. ix-xvii.
- ¹³ Чернышов Ю.Г. О влиянии блогосферы на российскую публичную политику // *Свободная трибуна. Алтайская школа политических исследований*. [Электронный ресурс] URL: <http://ashpi.livejournal.com/50997.html>. Проверено 20.07.2008.
- ¹⁴ Nardi, et al 2004.
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ Сафонова Т.В. Порядок интеракции в сетевых дневниках: альтернативная экономика сообщений // *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность* / Под ред. Волохонского В. Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. С. 55–75.
- ¹⁷ Г.П. Грайс ввел коммуникативные постулаты в научный обиход и сформулировал их в виде основного принципа *кооперации* или *сотрудничества* и четырех правил, вытекающих из этого принципа: 1) высказывание должно быть достаточно информативным (правило количества), 2) высказывание не должно быть заведомо ложным (правило качества), 3) высказывание должно быть по существу (правило отношения или релевантности), 4) высказывание должно быть ясным, недвусмысленным, кратким и упорядоченным [Grice, 1975:45-47]. Эти правила (максимумы Грайса) дополняются и корректируются принципами вежливости, интереса, добродушной шутки. Принцип вежливости включает шесть симметричных постулатов: 1) постулат такта (причиняй минимум неудобств и оказывай максимум удобств другому), 2) постулат великодушия (оказывай минимум удобств себе и максимум удобств другому), 3) постулат одобрения (своди к минимуму отрицательную оценку других, стремись к максимально положительной оценке других), 4) постулат скромности (минимально хвали себя, максимально порицай себя), 5) постулат согласия (своди к минимуму разногласие между собой и другим, стремись к максимальному согласию между собой и другим), 6) постулат симпатии (своди к минимуму антипатию между собой и другим, стремись к максимальной симпатии между собой и другим) [Leech, 1983:132]. См. также: Карасик В.И. Язык социального статуса. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992.
- ¹⁸ Волохонский В. Психологические механизмы и основания классификации блогов // *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность* / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. С. 117–130.
- ¹⁹ Gorny E. (2004, May). Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community. Russian Cyberspace.org. [Электронный ресурс] URL: http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/en/gorny_rlj.pdf. Проверено 20.07.2008.
- ²⁰ State of the Blogosphere / 2008. [Электронный ресурс] URL: *Technorati.com* <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere>. Проверено 20.07.2008.
- ²¹ Internet World Stats. [Электронный ресурс] URL: <http://www.internetworldstats.com/europa2.htm#by>. Проверено 20.07.2008.
- ²² Блог Манкурты. [Электронный ресурс] URL: <http://www.mankurty.com/blog/>. Проверено 20.07.2008.
- ²³ С географией Интернета тесно связан вопрос об определении границ национальных сегментов Сети. И здесь встает масса трудностей, так как измерить границы виртуального мира оказывается намного сложнее, чем виртуального. Ряд исследователей Сети (в особенности представители гуманитарного знания) считают, что по этому вопросу

существует сильная размытость определений и понятий. На настоящий момент имеется несколько способов по определению национальных сегментов сети: языковой, технологический, административный [Шмидт, Тойбинер и Цуравски 2008, с.177]. Так, «русский» Интернет можно определить как:

- все русскоязычные веб-сайты;
- все русскоязычные коммуникативные потоки (включая электронную почту и т.д.);
- все URL домена.ru;
- все пользователи, проживающие в Российской Федерации;
- все русскоязычные пользователи [см. также Bruchhaus 2001; Перфильев 2003].

Некоторые из этих определений включают, например, русскую диаспору, некоторые – нет. Однако дать строгое определение границ Рунета, скорее всего, невозможно, но этого и не требуется, как указывают Шмидт, Тойбинер и Цуравски, которые в своей работе, посвященной русской диаспоре в Сети, приводят мнение одной из культовых личностей Рунета и известного сетевого литературоведа Романа Лейбова, отрицающего не только существование строгих определений при анализе Интернета, но даже саму потребность в них: «Русское – то, что осознается как русское. Мы можем даже набросать примерную типологию, на которой наше (чье наше?) сознание основывается, причисляя тот или иной ресурс к “русским”. Но она в любом случае не объяснит всех причуд этого самого сознания. В общем, я предпочитаю оставлять вопрос открытым, поскольку нечеткость, размытость понятия “русский интернет” вполне соответствует нечеткости объекта» [Лейбов 2003, цит. по Шмидт, Тойбинер и Цуравски 2008, с.178].

При этом информацию об использовании Интернета русскоязычным населением разных зарубежных стран получить очень сложно, но можно провести анализ географического распределения посетителей популярных русскоязычных сайтов. Например, маркетинговая компания *Spylog* предоставляет следующую информацию за последний квартал 2005 [*SpyLOG* 2005]: примерно 58% посетителей русскоязычных сайтов проживают в России, почти 7% – в Украине, около 6% – в США. За ними следуют Германия (3,1%), Израиль (2,1%), Беларусь (1,9%), Латвия (1,4%), Эстония (1,2%), Великобритания (1,1%), Казахстан (1,1%), Литва (1%) и Канада (1%) [*SpyLOG* 2005, с.178]. А вот в интернет-рейтинге *Rambler's Top 100* за 2007 год, в котором участвуют свыше 165 тыс. русскоязычных ресурсов, которые посещаются в среднем более, чем тремя миллионами уникальных пользователей (IP-адреса) в день, относительно их географического распределения на 13 сентября 2007 г. компания *Рамблер* предоставляет следующую статистику: 55,5% пользователей предполагаемой аудитории являются резидентами Российской Федерации, за ними следуют пользователи с Украины (10%), из США и Канады (3,4%), Германии (3,2%), Беларуси (2,3%), Норвегии (1,9%). Данные, предоставленные *Яндексом*, показывают немного другую картину (за неделю с 7 по 14 сентября 2007 г.): главный сайт портала *Яндекс* посещают за день примерно 5 млн пользователей. 84,5% из них живут в России. За ними следуют пользователи из стран ближнего зарубежья (8,3%), Европы (3,4%), Северной Америки (2,3%), то есть доля резидентов на *Яндексе* выше, чем в *Рамблере топ 100*. Интересно заметить, что данные *Яндекса* варьируют в зависимости от разных сервисов, которые предлагает этот портал. При этом активность пользователей-нерезидентов выше в таких категориях, как «народные сайты» или «поиск по блогам» [Шмидт, Тойбинер и Цуравски 2006, с.185]. Одновременно эмигранты, живущие в западных странах, часто оказываются в лучшем положении, чем пользователи российских регионов. А вот русскоязычное население, например, во многих регио-

- нах Средней Азии по большей части лишено Интернета как средства самовыражения [Шмидт, Тойбинер и Цуравски 2006, с.185].
- 24 В парадигмальных рамках нашего исследования существительное *рунет*, написанное со строчной буквы, используется для обозначения всех русскоязычных сайтов вне зависимости от расположения их хостинга или «прописки» домена, Рунет с прописной буквы означает домены с расширением ru и с хостингом в России. Аналогично – Бенет и Уанет.
- 25 Персональный блог Mr Mingan. [Электронный ресурс] URL: <http://mingan.dp.ua/internet/10-faktov-o-rossijskojj-blogosfere.html>. Проверено 20.07.2008.
- 26 Блогосфера Рунета Весна 2009. По данным Поиска по блогам Яндекса. [Электронный ресурс] URL: http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogosphere_spring_2009.pdf/ Проверено 20.07.2008.
- 27 Проект «Глас Рунета» 2009 [Электронный ресурс] URL: <http://www.VoxRu.net>. Проверено 20.07.2008.
- 28 К сожалению, критерии репрезентативности выборки и принципы ее формирования отсутствуют в описании исследования.
- 29 Рузайкин Г.И. СОСТОЯНИЕ БЛОГО-СФЕРЫ РУНЕТА ПО «ЯНДЕКСУ» 21.09.2007г. // Открытые системы. Мир ПК. [Электронный ресурс] URL: <http://www.osp.ru/pcworld/2007/07/4361866/>. Проверено 20.07.2008.
- 30 Washington ProFile Независимая политика и аналитика из США. [Электронный ресурс] URL: <http://www.washprofile.org/?q=ru/yandex>. 2004. Проверено 20.07.2008.
- 31 Там же.
- 32 Случаи судебного преследования блогеров в России и в мире // РИА Новости 14.09.07. Не Секретно: Информационно-аналитический проект. [Электронный ресурс] URL: <http://www.alpha.perm.ru/iaproject/txt.php?n=14700>. Проверено 20.07.2008.
- 33 Арешев А. Виртуальная политика, сетевой электорат. Блоги стирают границы между наблюдателями и игроками // Новая политика. Интернет-журнал (2008). [Электронный ресурс] URL: <http://www.novopol.ru/text36121.html>. Проверено 20.07.2008.
- 34 Расскладкина М. К. Интернет как средство организации информационно-политического пространства России: диссертация ... кандидата политических наук: 10.01.10. Санкт-Петербург, 2006. 198 с. Библиогр.: с. 170–183; Чернышов Ю.Г. О влиянии блогосферы на российскую публичную политику // Свободная трибуна. Алтайская школа политических исследований. [Электронный ресурс] URL: <http://ashpi.livejournal.com/50997.html>. Проверено 20.07.2008.
- 35 Концепция Маршалла Маклюэна о холодных и горячих СМИ заключается в том, что горячее СМИ – это такое средство, которое «расширяет» одно-единственное средство коммуникации до степени «высокой определенности». Такие СМИ характеризуются низкой степенью участия аудитории (радио, кино) в противоположность холодным СМИ (телевидение), которые характеризуются высокой степенью ее участия. Холодные СМИ требуют участия или скорее соучастия аудитории в достраивании определенного образа, события и всего медийного пространства в целом.
- 36 Дорожкин Ю., Соленикова Н. Интернет в избирательных кампаниях: современные особенности и функции // Власть. 2007. № 6. С. 31–34.
- 37 Киселев А.А., Самаркина И.В. Интернет: модель и практики политического участия. Краснодар: ООО Оттиск, 2007. 103с. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: Краткий курс. М.: АСТ Восток-Запад, 2007.

- ³⁸ Игнатов О. Политика блога – американский опыт. // Русский Журнал (2007). [Электронный ресурс] URL: http://www.russ.ru/reakcii/politika_bloga_amerikanskij_opyt. Проверено 20.07.2008.
- ³⁹ Горошко Е.И., Жигалина Е.А. Quo Vadis? Политические коммуникации в блогосфере Рунета // Russian Cyberspace Journal. 2009. Vol.1. No.1. P. 81–100. [Электронный ресурс] URL: http://www.russian-cyberspace.com/issue1/goroshko_and_zhigalina.php?lng=English. Проверено 20.07.2008.
- ⁴⁰ Ющук Е.Л., Кузин А.В. Противодействие черному ПР в Интернете. М.: Вершина, 2008. 248с.
- ⁴¹ Баловсяк Н. Лето в Уанете 2007. Часть 3 Новые блогерские площадки: для селебрити, бизнесменов и политиков // TelNews. Ежедневное электронное издание о российском Интернете [Электронный ресурс] URL: http://telnews.ru/Nadezhda_Balovsyak/c36634. Проверено 20.07.2008.
- ⁴² Ющук Е.Л., Кузин А.В. Противодействие черному ПР в Интернете. М.: Вершина, 2008. 248 с.
- ⁴³ Актуальные вопросы комплексной судебной психологической экспертизы: материалы международной научно-практической конференции «Восток – Запад»: партнерство в судебной экспертизе. Калининград, 2009. 143 с.
- ⁴⁴ Trammell, K. et al. Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features // Mass Communication and Society. 2007. Vol 9. N1. P. 21–44.
- ⁴⁵ [Тематический индекс цитирования 2007].
- ⁴⁶ Индекс Google постоянно растет, и они переоценивают значимость каждой из страниц с периодичностью, близкой к ежесекундной. Этот процесс известен как *Google Dance* (англ.: *танец Гугла*). Когда танец заканчивается, некоторые страницы «падают» относительно соответствующей отметки *Google ToolBar*. Поэтому «вливание» в ресурсы Интернета новых страниц – зачастую это все, что нужно, чтобы откатиться на позицию «назад» после очередного «танца» [Что такое ТИЦ, ВИЦ, PR б.д.]. <http://www.prspartner.com/tiz.html>
- ⁴⁷ Курчакова Н. Формы самопрезентации в блоге // Материалы сборника «Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet» / Под ред. Волохонского В.Л., Зайцевой Ю.Е., Соколова М.М. СПб.:СПбГУ, 2007. С. 132–163.
- ⁴⁸ Herring S. C. Web content analysis: Expanding the paradigm. J. Hunsinger, M. Allen, & L. Klastrup (Eds.). The International Handbook of Internet Research. Springer Verlag. [Электронный ресурс] URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/webca.2008.pdf>. Проверено 20.07.2008; Banwart M. Ch. Webstyle. Encyclopedia of Political Communication. 2007. SAGE Publications. 14 Nov. 2008. [Электронный ресурс] URL: http://www.sage-ereference.com/politicalcommunication/Article_n709.html. Проверено 20.07.2008. Trammell K., Kaye D. Blogs, Blogging // Encyclopaedia of Political Communication. 2007. SAGE Publications. 14 Nov. 2008. [Электронный ресурс] URL: http://www.sage-ereference.com/politicalcommunication/Article_n49.html. - Проверено 20.07.2008.
- ⁴⁹ Горошко Е.И. Функциональная асимметрия мозга, язык, пол: Аналитический обзор (монография). М.; Харьков: ИЯ РАН, Издательский Дом «ИНЖЭК», 2005.
- ⁵⁰ Chandler D. 1998. Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web. [Электронный ресурс] URL: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>. Проверено 20.07.2008.

№	Описание блога	URL:	Хостинг	PR	ТИЦ Яндекс	Среднее количество комментариев к постам
1	Блог Татьяны Монтян, юрист (приведена неофициальная биография)	http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/montyan/view_info/	Украина	2	350	Блог зарегистрирован: 12.03.2008 Последняя запись: 21.07.2009 Всего записей: 80 Среднее количество комментариев: 84,9
2	Блог Влады Литовченко, президента и основателя Благотворительного фонда «Талантливые дети – будущее Украины», советника Министра по вопросам семьи, молодежи и спорта, слушательницы Дипломатической академии при МИД Украины	http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/lytovchenko/	Украина	4	350	Блог зарегистрирован: 05.10.2007 Последняя запись: 19.05.2009 Всего записей: 27 Среднее количество комментариев: 33,8
3	Блог Инны Богословской, народного депутата Верховной Рады (вышла из Партии регионов в виду несогласия с курсом партии на объединение с БЮТ) (приведена официальная биография)	http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/bogoslovsk/	Украина	2	350	Блог зарегистрирован: 11.06.2009 Последняя запись: 27.07.2009 Всего записей: 6 Среднее количество комментариев: 54,3
4	Блог Оксаны Билозир, народного депутата Верховной Рады (фракция Единный центр), главы подкомитета по вопросам межпарламентских связей, двухсторонних и многосторонних отношений Комитета ВР Украины по иностранным делам, сопредседателя межфракционного депутатского объединения по способствованию Европейской интеграции Украины «Европейское развитие», народной артистки Украины (сольную карьеру певицы начала в 1977 г., дважды выступала в Афганистане во время боевых действий 1986–1988 гг.). Политические и законодательные приоритеты: евроинтеграция, защита прав, интересов и свобод украинцев за рубежом, вопросы гуманитарной политики и прав и возможностей для мужчин и женщин	http://blogs.pravda.com.ua/authors/bilozir/	Украина	5	350	Блог зарегистрирован: 21.01.2008 Останній запис: 01.07.2009 Усього записів: 22 Среднее количество комментариев: 30

5	<p>Блог Дарьи Митиной (Дарья Александровна Митина (род. 14 августа 1973, Москва) — российский политического деятеля, политолога, историка, публициста, этнолог.</p> <p>Внучка бывшего (1963-65) премьер-министра Афганистана и крупного афганского (по национальности пуштун) дипломата Мухаммеда Юсуфа.</p> <p>Депутат Государственной Думы второго созыва, Второй секретарь Центрального Комитета Российского коммунистического союза молодежи (РКСМ). Состояла в РКРП, однако вышла оттуда при расколе партии и исключении Виктора Анпилова, сформировавшего движение «Трудовая Россия».</p> <p>Одна из организаторов и руководителей «Левого фронта». Однако осенью 2007 г. демонстративно вышла из его руководства и всех выборных органов после того, как руководство Левого фронта поддержало готовность лидера организации И. Пономарева представить в прокуратуру России документы об уклонении от уплаты налогов со стороны руководителей и членов Коммунистической партии Российской Федерации КПРФ и вошло в предвыборные списки «Справедливой России», приняв активное участие в избирательной кампании партии</p>	http://kolobok1973.livejournal.com/	Россия	5	230	<p>Создан 2005-04-10 15:41:57 (#6753046), обновлялся 2009-07-24</p> <p>80 833 комментария получено, 48 135 комментариев отправлено</p> <p>Улучшенный аккаунт [Подарить]</p> <p>3 235 записей в журнале, 14 меток, 1 запись в избранном, файлов в фотоальбоме: <10, 2 виртуальных подарка, 2 картинки пользователя</p> <p>Среднее количество комментариев: 16,95</p>
6	<p>Блог Марии Гайдар, экономиста, политика, вице-губернатора Кировской области по вопросам здравоохранения и социального развития</p> <p>В прошлом М. Гайдар – координатор молодежного движения «ДА!». Одна из создателей инициативной группы «Я свободен!». Президент Фонда поддержки молодежных программ. Кандидат в депутаты от партии СПС на выборах 2007 г., первый номер московского списка партии. С 2006 г. – член Федерального политсовета СПС, позже – член президиума партии)</p>	http://m-gaidar.livejournal.com/	Россия	5	230	<p>Создан 2005.04.04 06:57:27 (#6682809), обновлялся 2009-07-27</p> <p>23 704 комментария получено, 1 552 комментариев отправлено</p> <p>Платный аккаунт [Подарить]</p> <p>560 записей в журнале, 16 меток, 0 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: 40+, 14 виртуальных подарков, 7 картинок пользователя</p> <p>Среднее количество комментариев: 48,85</p>

7	Блог Валерии Новодворской, Российского политического деятеля, диссидентки, бывшей политзаключенной, журналистки, основательницы правой партии «Демократический союз» (Председатель ЦКС ДС). Колумнист журнала «The New Times». В настоящий момент В.И. Новодворская занимает должность Председателя ЦКС ДС	http://vpovodvorskaia.livejournal.com/	Россия	5	325	Создан 2006-07-17 15:00:14 (#10688733), обновился 2009-07-26 41 208 комментариев получено, 103 комментария отправлено Платный аккаунт [Подарить] 1 079 записей в журнале, 6 меток, 0 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: 40+, 0 виртуальных подарков, 3 картинки пользователя Среднее количество комментариев: 12,19
8	Блог Ольги Каратач, православной жительницы Витебска	http://olga-karatch.livejournal.com	Беларусь	3	10	Создан 2009-01-26 20:16:13 (#18237679), обновился 2009-06-05 554 комментария получено, 333 комментария отправлено Улучшенный аккаунт [Подарить] 32 записи в журнале, 5 меток, 0 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: <10, 0 виртуальных подарков, 0 картинки пользователя Среднее количество комментариев: 12,45
9	Блог Ольги Абрамовой, бывшего депутата Палаты представителей Беларуси третьего созыва	http://olga-abramova.livejournal.com	Беларусь	2	20	Создан 2007-11-06 14:02:41 (#14193308), обновился 2009-06-30 1 734 комментария получено, 427 комментариев отправлено Улучшенный аккаунт [Подарить] 98 записей в журнале, 2 метки, 1 запись в избранном, файлов в фотоальбоме: <10, 0 виртуальных подарков, 1 картинка пользователя Среднее количество комментариев: 8,7

10	Блог Елены Тонкачевой, юриста, председателя правления Инновационного фонда правовых технологий, правозащитницы	http://tonkacheva.livejournal.com	Беларусь	-	10	Создан 2009-02-23 15:55:36 (#18783475), обновился 2009-07-16 77 комментариев получено, 159 комментариев отправлено Улучшенный аккаунт [Подарить] 9 записей в журнале, 5 меток, 1 запись в избранном, файлов в фотоальбоме: <10, 0 виртуальных подарков, 8 картинок пользователя Среднее количество комментариев: 6,8
11	Блог Евгения Липковича, блогера, независимого журналиста	http://lipkovich.livejournal.com	Беларусь	4	140	Только для специалистов Создан 2004-02-24 11:12:11 (#2318490), обновился 2009-07-27 79 521 комментарий получено, 35 895 комментариев отправлено Платный аккаунт [Подарить] 15 622 записи в журнале, 3 метки, 2 записи в избранном, файлов в фотоальбоме: 300+, 0 виртуальных подарков, 4 картинки пользователя Среднее количество комментариев: 7,68
12	Блог Владимира Мацкевича, философа	http://worvik.livejournal.com	Беларусь	3	40	Warwick Logoinkvisitor Warwick Создан 2002-09-05 09:47:21 (#694367), обновился 2009-07-27 3 946 комментариев получено, 2 974 комментария отправлено [Улучшенный аккаунт] 413 записей в журнале, 51 метка, 10 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: 300+, 0 виртуальных подарков, 7 картинок пользователя Среднее количество комментариев: 8,3

13	Блог Юрия Шевцова, в основном для профессиональной коммуникации.	http://guralyuk.livejournal.com	Беларусь	4	120	Создан 2002-04-27 07:30:04 (#541604), обновлялся 2009-07-27 39 851 комментарий получен, 21 656 комментариев отправлено Улучшенный аккаунт [Подарить] 4 768 записей в журнале, 36 меток, 69 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: <10, 0 виртуальных подарков, 1 картинка пользователя Среднее количество комментариев: 15,5
14	Видеоблог Дмитрия Медведева, президента России	http://blog.kremlin.ru/	Россия	7	700	Все темы комментариев Религия и общество (141) Последний комментарий: 27 июля 2009 Культура и воспитание (418) Последний комментарий: 27 июля 2009 День Победы и Великая Отечественная война (376) Последний комментарий: 27 июля 2009 Преодоление правового нигилизма (321) Последний комментарий: 27 июля 2009 Противодействие коррупции (2355) Последний комментарий: 27 июля 2009 Гражданское общество (591) Последний комментарий: 27 июля 2009

14	Видеоблог Дмитрия Медведева, президента России (продолжение)	http://blog.kremlin.ru/	Россия	7	700	<p>Политическая система. партии, выборы (108) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Система государственной власти (165) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Региональная власть, местное самоуправление (299) Последний комментарий: 24 июля 2009</p> <p>Кадровая политика, подготовка кадров (198) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Образование (1479) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Профессиональное образование (60) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Школьное образование (190) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>ЕГЭ (531)</p> <p>Здравоохранение (401) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Жилье и жилищно-коммунальное хозяйство (860) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Социальное обеспечение и социальная защита (373) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Пенсионная система (73) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Люди с ограниченными возможностями, их права и социальная адаптация (49) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Демография, материнство и детство (263) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Образ жизни (135) Последний комментарий: 24 июля 2009</p> <p>Физическая культура, спорт, отдых (1155) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Проблема алкоголизма и наркомании (436) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Экология и природопользование (190) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Экономика (1124) Последний комментарий: 27 июля 2009</p>
----	--	---	--------	---	-----	--

14	Видеоблог Дмитрия Медведева, президента России (окончание)	http://blog.kremlin.ru/	Россия	7	700	<p>Финансовый кризис (1835) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Промышленность, строительство, транспорт, связь (453) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Агропромышленный комплекс, жизнь на селе (240) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Наука, технологии, инновации (592) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Информационные технологии и электронное правительство (521) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Молодые ученые (128) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Национальная безопасность (212) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Военная служба и обеспечение военнослужащих (1726) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Борьба с преступностью, терроризмом и экстремизмом (299) Последний комментарий: 23 июля 2009</p> <p>Труд и заработная плата (399) Последний комментарий: 24 июля 2009</p> <p>Малый бизнес (1179) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Судебная система (530) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Внешняя политика, международные отношения (671) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Отношения с Украиной, "газовый кризис" (307) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Соотечественники за рубежом (149) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Митрация (205) Последний комментарий: 25 июля 2009</p> <p>Средства массовой информации (221) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Ведение блога (1176) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Личное (267) Последний комментарий: 8 июля 2009</p> <p>Регулирование итерного бизнеса (1490) Последний комментарий: 27 июля 2009</p> <p>Олимпиада в Сочи (93) Последний комментарий: 18 июля 2009</p> <p>Другие темы (295) Последний комментарий: 26 июля 2009</p> <p>Среднее количество комментариев: 152,5</p>
----	--	---	--------	---	-----	--

15	Блог вице-спикера Госдумы В. Жириновского, лидера партии ЛДПР	http://blogs.mail.ru/mail/zhirinovskyyv/	Россия	5	3400	Создан: 02-05-2007 07:23 Записей: 239 всего, последняя 25-07-2009 23:21 Комментариев: 22 написано 62529 получено Среднее количество комментариев: 259,2
16	Блог Бориса Немцова, лидера оппозиции, председателя Федерального Политсовета политической партии «Союз правых сил»	http://b-nemtsov.livejournal.com/	Россия	5	250	166 записей в журнале, 1 метка, 0 записей в избранном, 1 виртуальный подарок, 5 картинок пользователя Среднее количество комментариев: 116,2
17	Блог Сергея Миронова, гражданина России, Председателя Совета Федерации, Председателя политической партии "Справедливая Россия: Родина/Пенсионеры/Жизнь" (лучший блог рунета 2009)	http://sergey-mironov.livejournal.com/	Россия	5	190	308 записей в журнале, 5 меток, 0 записей в избранном, файлов в фотоальбоме: 1.800+, 0 виртуальных подарков, 2 картинки пользователя Среднее количество комментариев: 35,6
18	Блог президента Украины В. Ющенко на <i>Twitter</i>	http://twitter.com/President_UA	Украина	5	4500	506 Following 962 Followers 164 Updates Favorites
19	Блог Олега Тягнибока, председателя Всеукраинского объединения «Свобода»	http://blogs.pravda.com.ua/rus/authors/tiahnybok/view_info/	Украина	2	350	Блог зарегистрирован: 05.10.2007 Последняя запись: 22.07.2009 Всего записей: 65 Среднее количество комментариев: 251,6
20	Блог Владимира Кличко, председателя блока В. Кличко в Киевском городском совете (Киевраде), чемпиона мира по боксу	http://blogs.pravda.com.ua/authors/klitchko/view_info/	Украина	0	350	Блог зарегистрирован: 20.01.2009 Последняя запись: 21.07.2009 Всего записей: 11 Среднее количество комментариев: 24,8